

FRANCESCO FORTE
BENI CULTURALI E TURISMO

LEZIONI SVOLTE PER L'UNIVERSITA' MEDITERRANEA DI REGGIO CALBRIA

2014

AVVERTENZA

Le presenti lezioni raccolgono le lezioni magistrali sull'economia del turismo e dei beni culturali tenute nel secondo semestre dell'anno accademico 2013-2014 , insieme alla rielaborazione di una relazione sui beni comuni e la loro sostenibilità presentata al Convegno su proprietà e diritto europeo a cura della Facoltà di giurisprudenza nel 2013 e di una lezione sulle sponsorizzazioni e il loro regime fiscale tenuta per il Cat Lab (Laboratorio Beni Culturali e ambientali e turismo) dell'Università Mediterranea di Reggio Calabria

PARTE PRIMA

I BENI AMBIENTALI E CULTURALI COME BENI COMUNI E LA LORO
SOSTENIBILITA'

CAPITOLO I

I BENI AMBIENTALI COME BENI COMUNI. IL LORO VALORE D' ESISTENZA.

PARTE I. BENI PUBBLICI, BENI PRIVATI E BENI COMUNI NEL DIRITTO E NELL'ECONOMIA.

1. Sino ad ora, nelle istituzioni economiche del mondo occidental , con varie successive integrazioni , i beni materiali e immateriali in qualche modo appropriabili sono stati classificati come beni privati e beni pubblici alienabili, suscettibili di privatizzazione e inalienabili . Questi si distinguono in beni patrimoniali inalienabili , che possono essere privatizzati solo con apposite complesse procedure i in beni demaniali inalienabili, che possono essere solo dati in concessione .

Questa dicotomia istituzionale non ha per altro una convincente definizione di natura oggettiva. Il mare e le sue spiagge sono generalmente beni demaniali del governo centrale . Ma la porzione di mare "territoriale "appartenente ai singoli stati e quella di spiaggia del mare sono incerte. I laghi , quasi sempre , sono beni demaniali regionali o locali . Ma non è chiaro che cosa distingua un lago pubblico da uno privato, uno del governo centrale da uno di un governo regionale o locale. Lo stesso vale per i corsi d'acqua in superficie e sotterranei. L'etere, nelle nostre istituzioni, è generalmente un bene pubblico, che viene dato in uso per trasporti e per le micro onde. Non è chiaro sino a che punto esso possa essere privatizzato, mediante concessioni a lungo termine a privati .

Invece esiste una ben precisa teoria economica dei beni pubblici e semi pubblici . Secondo tale la teoria¹ si definiscono come beni pubblici puri quelli intrinsecamente indivisibili che non sono suscettibili di essere divisi in unità di fruizione, applicando il principio di esclusione a chi non paga o non si ritiene possa aver titolo a un uso gratuito. Sono, più in generale, beni pubblici , quelli intrinsecamente divisibili, che non sono suscettibili di essere divisi in unità di vendita applicando il principio di esclusione per chi non li vuole pagare o a chi non si vuole consentire l'uso gratis o per cui lo si può fare solo molto imperfettamente . Questi beni non riescono a essere gestiti economicamente con criteri di mercato o possono esserlo sono con gravi inefficienze, sicché occorre che i benefici che essi rendono siano pagati, in tutto o in parte, con imposte , che solo sino a un certo punto possono essere ripartite fra i contribuenti in relazione al beneficio che si presume traggano da tali beni. Così dall'ottocento in poi per le strade urbane , per la loro illuminazione e per la loro pulizia, è apparso assurdo far pagare un prezzo per ogni specifico uso, perché macchinosamente costoso e vessatorio e . genererebbe limitazioni rilevanti alla libertà di movimento. Ma ci sono anche , come eccezione, le strade urbane private, e soprattutto autostrade e superstrade extra urbane che sono beni appropriabili .

2.Gli economisti conoscono anche la duplice dicotomia fra beni di mercato e ben intrinsecamente pubblici, e fra beni appropriabili e appropriati privati o pubblici da un lato e beni liberi dall'altro , che non sono suscettibili di appropriazione o lo sono solo imperfettamente .

¹ F. FORTE ,(2007) ,*Manuale di Scienza delle Finanze* ,Parte II, Cap. III, §3,pp. 153-156 , spec. Tavola 1

Quando tali beni sono appropriati o concessi per un uso comunitario, come certi spazi marittimi territoriali , ai fini della pesca si definiscono come beni comuni. Altre volte vengono trasformati e regolamentati come “parchi protetti” , “riserve naturali”ecc. Gli uccelli, i pesci, gli elefanti , la biosfera e molte foreste in molte parti del mondo sono generalmente beni liberi ovvero anche, a volte, “comuni”. Ma non è affatto chiaro che cosa siano i beni comuni, ossia i “commons” , non meramente dal punto di vista storico-istituzionale, ma dal punto di vista teorico. Infatti per R. Hardin (1968)², nel suo famoso saggio sulla tragedia dei commons, essi sono beni liberi , che essendo scarsi, possono venire distrutti dall’eccesso di uso. Invece secondo E. Ostrom (1996)³ essi sono beni il cui uso è comunitario e quindi suscettibile di regolamentazione spontanea . Per essi è , talvolta, molto costoso praticare l’esclusione di qualcuno dall’uso, con le ordinarie regole che riguardano i diritti di proprietà . Ma l’autrice polemizza con coloro che ne sostengono la necessità di privatizzarli, per salvaguardarne le scarse risorse ed evitare la “tragedia” teorizzata di Hardin. Essa sostiene (convincentemente) che si possono sviluppare regolamentazioni che evitano la loro distruzione . Ma ciò implica che si debbono applicare sanzioni e controlli pubblici che impediscono l’uso da parte di chi non appartiene al *common* e vincoli pubblici , per l’uso da parte dei membri del *common* . Dunque , i “commons” come più correttamente teorizza U. Mattei ⁴ sono beni di uso collettivo ,più o meno libero, secondo le circostanze da parte della dei membri di una data comunità . Essi non avrebbero una caratteristica distintiva oggettiva propria. Diventerebbero di uso

² R. HARDIN,(1968), “The tragedy of Commons “, Science

³ E. OSTROM ,(1996), *Governing the Commons. The Evolution of Institutions for Collective Action*, ora anche in Cambridge, Cambridge University Press.

⁴ U. MATTEI,(2011), *Beni comuni. Un Manifesto*, Bari, Laterza & figli.

comunitario , con regole di ordine spontaneo più o meno ampio , e vincoli pubblici più o meno estesi secondo le decisioni delle varie comunità , in relazione all’emergere di interessi collettivi alla tutela della loro esistenza.

Ecco, così, uno spunto per una nuova, più rigorosa definizione dei beni comuni, come beni dotati di un valore di esistenza dal punto di vista del giudizio collettivo, il cui uso va sottoposto a vincoli, ove contrasti con la loro esistenza in modo pregiudizievole .

3. J.V. KRUTILLA ,(1967)⁵, in effetti, aveva teorizzato ,con applicazione alle foreste, il principio del valore di intrinseco della conservazione di beni naturali , qualificandolo come “*sentimental value* “, valore sentimentale della loro esistenza . Con la nozione di *sentimental value* , dunque, poteva emergere la base altruistica del *il valore di esistenza* di dati beni o soggetti la cui esistenza non importa alla collettività data solo come opzione per un suo uso presente o futuro , ma come valore in sé di sopravvivenza,con dignità e integrità, in analogia , più o meno ampia , con ciò che si riconosce normalmente alle persone umane secondo la morale corrente .

B. WEISBROD ,(1964) ⁶ , poco prima del saggio seminale di Krutilla, aveva introdotto un concetto analogo , suscettibile di includere il valore di esistenza , ma anche di una versione più ristretta , riguardante il mero uso differito , coesistente o meno con quello attuale, p vale a dire , il “valore di opzione “ . Esso consiste nelle utilità egoisti che o altruistiche che i soggetti presenti possono ricavare dal mantenere in vita dati beni capitali presenti per consentire il loro uso futuro sia da parte soggetti presenti (loro medesimi o

⁵ .V. KRUTILLA ,(1967), “Conservation Reconsidered “, American Economic Review, Vol. 57, pp. 776-786

⁶B. WEISBROD ,(1964) , “ Collective Consumption Services of Individual Consumption Goods” ,Quarterly Journal of Economics, Vol. 78 pp.471-77 ...

altri) che da soggetti futuri . Ovviamente se ogni generazione ritiene suo dovere trasmettere a quelle future i beni presenti , per consentirne l'uso , il valore di opzione si fonde e confonde con quello di esistenza. Ma c'è un problema di massimizzazione intertemporale, la cui soluzione può comportare un limite più o meno grande al valore di esistenza. Tale tematica è stata studiata da K. Arrow , e A. C. Fisher (1974)⁷ dal punto di vista dell'incertezza sugli effetti delle opzioni e della irreversibilità di quelle del consumo immediato , di cui ci si potrebbe in seguito pentire. La loro conclusione , come ci si può immaginare, non dà luogo a risultati univoci, dato che dipende da un confronto fra costi e ricavi , che hanno luogo in epoche diverse ed hanno risultati incerti. .

In tale tipo di analisi teorica di economia del benessere la conservazione mediante “parchi naturali “ delle foreste e di animali come gli elefanti la cui specie rischiava l'estinzione , è –comunque- fondata soprattutto sul principio di massimizzazione della utilità egoistica e altruistica presente e futura delle varie generazioni umane , costituita dai frutti appropriabili di tali entità , considerate come meri beni capitali e dalle economie esterne che essi possono generare :come la difesa del suolo , l'aria salubre , il turismo.

Vi erano e vi sono , però, autori che sostenevano e sostengono il dovere di difendere l'ambiente naturale , non dal nostro punto di vista utilitaristico, ma da quello del suo valore intrinseco, che noi “dobbiamo” apprezzare.

R. Nelson (1997)⁸ criticava tale adozione della nozione di valore di esistenza, introdotta sempre più spesso nelle stime economiche dei beni ambientali , argomentando che essa dipende da valutazioni soggettive motivate da un

⁷ K. ARROW , A. C. FISHER (1974) "Environmental Preservation, Uncertainty, and Irreversibility," Quarterly Journal of Economics, 88 pp. 312-319

⁸ R. NELSON (1997), “Does Existence Value Exist? Environmental Economics Encroaches on Religion”, The Independent review, vol. 1 n.4 pp. 499-521

ambientalismo “teologico” come una sorta di religione laica. Quindi va abbandonata, nelle stime del valore economico dei beni che non hanno mercato che si fanno, con il metodo della “valutazione in regime di incertezza” (contingent valuation)⁹ mediante questionari sulla volontà ipotetica di pagare, rivolti a campioni stratificati di cittadini-contribuenti.

.Non mancavano però gli studiosi che, con argomenti non irrazionali come quelli evocati da Nelson, ritenevano meritevoli di fiducia le “valutazione in incertezza” sul valore di esistenza dei beni ambientali, bastasse su sondaggi statistici. J. Aldred (1994)¹⁰, ad esempio sosteneva, con buoni argomenti, che introducendo il valore di esistenza nell’analisi delle risposte ai questionari sulla disponibilità a pagare per i beni ambientali, si poteva trovare la spiegazione di risultati che diversamente non si sarebbero riusciti a comprendere e che, pertanto, la considerazione del valore di esistenza nei questionari non comportava una distorsione, ma un chiarimento delle considerazioni che sono rilevanti per chi è interpellato. Dunque la considerazione del valore di esistenza, messa in rapporto al costo che essa comporta è coerente con un modello realistico di scelte razionali sull’ambiente. Ciò permette di rispondere validamente alle critiche riguardanti la mancata considerazione dei valori etici ambientali che vengono, a volte, rivolte a tali indagini, quando sono concepite in modo troppo restrittivo.

4. Il valore di esistenza, così come si era man mano configurato, implica costi e limiti all’uso. E’ ovvio che gli interessi economici in gioco diano luogo a polemiche e dissensi, sulle politiche da tenere e sui criteri per la valutazione dei

⁹ Su tale metodologia in rapporto al valore di esistenza per i beni ambientali e per quelli dell’eredità culturale cfr. la bibliografia in Appendice al presente capitolo.

¹⁰ J. ALFRED (1994), “Existence Value, Welfare and Altruism”, Environmental Values, vol. 3, n.4 pp.381-402

danni ambientali. E le risposte ai questionari, riguardanti le valutazioni in incertezza, su ciò che ipoteticamente si sarebbe disposti a pagare, hanno sempre il difetto di non comportare un sacrificio economico effettivo. Quindi possono essere distorte dal senso di colpa, che può derivare dal dimostrare scarsa sensibilità per valori che si vorrebbe fossero tenuti in conto da tutti, ma che è troppo costoso rispettare personalmente. Queste risposte con motivazioni “nobili” possono essere quindi un modo per alleviare la dissonanza cognitiva che emerge in questo campo¹¹. Rimane, il fatto mediante il “valore di esistenza” si mette meglio a fuoco la problematica dei beni comuni e quella degli interventi pubblici e privati a favore della loro tutela. E si fornisce la base teorica dell’intervento pubblico per trasformare i beni comuni liberi - come i pesci del mare, dei laghi, dei fiumi, le foreste, gli elefanti - in beni appropriabili o, almeno, regolamentati, per evitar quella che Hardin, avevano messo in luce come la loro “tragedia”.

Lo stabilire, quando è tecnicamente possibile, un chiaro diritto di proprietà pubblico o privato, di tali beni, basato sul principio di esclusione dell’uso dei soggetti terzi da parte del proprietario, comporta di per sé una limitazione dell’uso, basata su un criterio di convenienza: perché il costo dell’uso che logora e intacca lo stock ricade sul proprietario. E l’uso eccessivo dipendente da decisioni del proprietario può essere ridotto con l’introduzione di un regolamento che limiti tali condotte

Ove è possibile stabilire dei veri diritti di proprietà, il cui esercizio dà un provento economico, la regolamentazione da parte della comunità dell’uso diventa più facile, perché il governo nazionale o locale può far riferimento al singolo

11

proprietario .E questi , comunque , con i proventi dell'uso può , spesso, provvedere una buona tutela¹². Accanto alla scuola dei massimizzatori dell'utilità cardinale totale umana c'è la scuola dei lessicografici , che mettono il rispetto della natura e di ciò che ha creato l'uomo nel passato *al primo posto* . Ma non esiste un numero illimitato di "primi posti" . C'è un problema di scelte alternative fra mezzi e fra fini fra loro spesso non (del tutto e sempre) compatibili.

PARTE II . ETICA ECONOMICA E CONTRATTO SOCIALE COSTITUZIONALE E BENI AMBIENTALI DODATI DI VALORE D'ESISTENZA

5.Le tesi ambientaliste più comuni sono "antropo-centriche". Gli uomini "debbono" conservare la natura in quanto si tratta del "loro ambiente" , a loro utile, dal punto di vista igienico-sanitario, climatico, enogastronomico, energetico, dell'uso di risorse naturali come la carta, e i rifiuti organici che pertanto , occorre riciclare e, magari, dal punto di vista turistico.

Ma emerge la questione se e quando tali beni, cioè oggetti, della Natura non abbiano anche la natura di soggetti e quindi abbiano dei diritti di esistenza e di dignità e anche di libertà, che comportano vincoli diversi e aggiuntivi rispetto a quelli che si possono concepire considerando il solo il loro valore d'uso . Le specie e le entità vegetali e biologiche , gli animali, i beni dell'eredità culturale sono solo beni o hanno anche diritti ? P. KOWSLOWSKY (1987) ¹³argomenta che la Natura

¹²Per tale tesi , come applicazione del teorema di Coase sui diritti di proprietà ,cfr. G. BRADY e M.L. MARLOW,(1991), 2The Political Economy of Endangered Species: The case of Elephants", Journal of Public Finance and Public Choice, G. BRADY e M.L. MARLOW,(. 1994), "Markets,the Environment and Liberty: The case of Elephant and Air Quality", Journal of Private Enterprise, vol.10, n.2 , che sostengono che se si stabilisce un diritto di proprietà delle comunità locali sugli elefanti , creando apposite riserve naturali, in cui si possono concedere permessi di caccia controllati, si creerà una conservazione di queste specie ,mediante l' interesse di tali comunità , che se ne prenderanno cura. Tale tesi è in linea con la teoria contrattualistica della giustizia, sostenuta da P. Kosloswky di cui più avanti .

¹³ P. KOWSLOWSKY ,(1987)," Market and Democracy as Discourses . Limits to Discursive Social Coordination", in P. P. KOWSLOWSKY,(a cura di), (1987) , *Individual Liberty and Democratic Decision Making*, Tübingen,J.C.B.:Mohr pp.58-92 specialmente le ultime due pagine..

è dotata un valore in sé, protetto da un diritto naturale di giustizia commutativa derivante dal rapporto di scambio, fra uomo e Natura che esige il riconoscimento del reciproco diritto all'esistenza, che noi dovremmo difendere per un criterio di giustizia simile a quello che ci lega al rispetto degli altri esseri umani. In effetti, sosteneva il K., in quel saggio del 1987, noi amiamo sapere "che certe specie rare di uccelli e di animali vengono preservate e che la terra e gli alberi sono protetti anche se sappiamo che non avremo mai occasione di vederle". Il K. perciò in quel saggio proponeva una sorta di Banca dell'Ambiente che avrebbe dovuto prendersi cura degli interessi della natura così come la Banca centrale si incarica di difendere la stabilità della moneta. In "Comment on Peter Koslowsky" (1987)¹⁴, ho argomentato che se, come nella formulazione di K., c'è un diritto naturale di tutela della Natura, a cui deve sovraintendere una autorità indipendente ad hoc apposta, ciò significa che esistono *vero e propri diritti soggettivi* della Natura e delle sue componenti ad esistere con dignità ed ad essere rispettate, la cui tutela compete a un Tutore, come nel caso di soggetti umani incapaci di intendere e di volere.

P. KOSLOWSKI ,(1987bis)¹⁵, riprese, nella sua prospettiva contrattualista, la mia tesi sulla Natura come soggetto complesso dotato di diritti per sé e per le sue componenti, argomentando che il mondo vegetale e quello animale fanno parte della "società naturale" di cui anche noi esseri umani siamo componenti. E quindi per il riconoscimento di loro diritti non v'era bisogno di far riferimento a un tipo particolare di giustizia. Si trattava, a suo avviso, della applicazione del principio ontologico generale della giustizia commutativa, la cui esistenza noi dobbiamo riconoscere. Egli citando il mio "Comment", sosteneva, pertanto, che

¹⁴ "Comment on Peter Koslowsky" ivi pagg. 93-97

¹⁵ P.KOSLOWSKY, (1987) bis *Prinzipien of Ethischen Oekonomie*, Tubingen, J.C.B. Mohr, (poi tradotto come *Principles of Ethical Economics*,

la Natura, composta di animali e piante, ha diritto alla sua integrità e libertà. Ciò comportava per noi doveri etici corrispondenti di rispetto indipendentemente e anche in contrasto con il valore che essa può avere come materia prima o come bene in senso economico, ossia del suo valore di uso per noi. Si trattava di un tema di giustizia commutativa nel senso di Solone e Platone. Ma c'era anche il pericolo costante che si realizzasse con la natura quel rapporto distorto di "economia iper-consumista" foriera di morte che J.F. Baudrillard (1976)¹⁶ denomina "economia libidinosa". I parchi naturali protetti erano, per lui, un esempio dell'adempimento da parte nostra di tale dovere e delle sfide che ciò comporta.

2.L'impostazioni della tutela ambientale, in termini di "diritti della Natura" ha sollevato molte critiche. Si è argomentato e si argomenta, infatti, che la Natura come entità complessiva e nelle sue componenti di specie, di territorio, di gruppo e di individui non può avere diritti soggettivi collettivi e tanto meno individuali perché non è una persona umana e non è fatta di persone umane e non può interagire con noi, con la sua volontà e le sue decisioni razionali. In F. FORTE (1991),¹⁷ ho contestato la fondatezza di tali critiche, osservando che il diritto pubblico e il diritto privato in genere riconoscono come soggetti anche entità che non sono fatte se non in modo astratto o se non metaforico di persone umane, come le Fondazioni e gli enti pubblici e le grandi organizzazioni societarie di cui le singole persone non hanno il controllo come le grandi holding e i Fondi di Investimento composte da masse di azionisti anonimi o di sottoscrittori, che continuamente mutano. Inoltre esistono individui che sono persone, ma non

¹⁶ J.F. BAUDRILLARD (1976), *L'échange symbolique et la mort*, Parigi, Gallimard

¹⁷ F. FORTE (1991), *I Diritti della Natura*, Roma, Edizioni de Il Gallo,

hanno una propria volontà o perché non ancora nate o defunte o perché incapaci di intendere e di volere, mentre gli animali si possono esprimere e fanno delle scelte e anche le piante , in modi diversi lo fanno.

Si tratta di fare delle scelte di “riconoscimento” , più o meno ampio, che dipendono da noi, ma che trovano un fondamento oggettivo, nella realtà delle cose. Noi vogliamo bene a loro, vogliamo che loro ci siano e ciò ci fa bene. Noi siamo felici che esistano i pinguini e le balene, non perché vogliamo poterli vedere o consentire ai nostri figli di vederli, ma perché vogliamo che esistano. Non siamo utilitari al punto di sostenere che vogliamo che ci siano le foreste in Amazzonia, per preservare il nostro clima e quello dei nostri figli e nipoti, ma perché desideriamo che la natura non sia distrutta dall’uomo, vogliamo una convivenza fra uomo e natura.

3. Dunque esistono dei diritti della Natura .Esistono, in generale, come diritti di esistenza di specie vegetali e minerali , che possono essere considerate un soggetto complesso , al di là dei loro singoli esemplari¹⁸ E alla varietà delle specie animali e vegetali può esser riconosciuto un valore intrinseco di esistenza¹⁹. Il valore di esistenza, dunque, può essere importante, anche in assenza di un valore d’uso presente in relazione al suo uso futuro ; ma si deve trattare di un valore ‘d’uso che non ne comprometta l’esistenza.²⁰. Inoltre il valore d’esistenza

¹⁸ Il diritto all’esistenza, in base alla formulazione di FORTE (1991), in molti casi , può essere riconosciuto alla specie ,anziché ai singoli soggetti .

¹⁹Cfr. per questa peculiare versione del valore di esistenza della Natura come realtà complessa Cfr. J. K.. TURPIE ,(2003), “The Existence Value of biodiversity in South Africa: how interest, experience, knowledge, income and perceived level of threat influence local willingness to pay”, Dal punto di vista della valutazione mediante il metodo della Contingent Valuation ovvero “valutazione soggettiva ipotetica” cfr . la bibliografia in Appendice.

²⁰ Per questa nozione complessa , dal punto di vista delle politiche di conservazione e protezione riguardanti il mondo vegetale e animale , terrestre e marino cfr. il bel saggio di D. D. DANA, (2004), “Existence Value and Federal Preservation Regulation”, Harvard Environmental Law Review, che riguarda specificamente le regolamentazioni degli USA, ma ha una portata più generale.

può avere un costo levato. Ed allora il diritto di proprietà , in quanto dia un ricavo, può servire per l'esistenza.

Nella selezione delle specie attuata dall'uomo, per i suoi usi, in effetti molti animali, vegetali, minerali sono sopravvissuti perché hanno un valore d'uso e una parte di essi ha preso il posto di specie che sono , per l'uomo, inutili o dannose. Noi desideriamo che i camosci e gli stambecchi sopravvivano sulle montagne , anche se non ne usiamo come materia prima .E lo stesso desideriamo per molti fiori rari, come le stelle alpine, che , perciò, è vietato cogliere. Tuttavia ne possiamo fruire , pur tutelandoli , in quanto componenti del paesaggio e attrattori turistici .

4.Tutto ciò vale , mutatis mutandis, anche per la “cultural heritage”, “eredità culturale”, il termine , sintetico ed efficace, con cui si designano i beni storici e artistici la cui *esistenza* si considera degna di tutela.

Va aggiunto che nella “eredità culturale” rientrano anche i beni paesistici Tali beni ambientali possono , dunque , essere considerati alla stessa stregua dei beni storico-artistici-culturali con cui del resto sono spesso intrecciati ²¹.

Si noterà, poi, che il valore di esistenza di un bene , in quanto indipendente dall'eventuale fruizione, può importare, simultaneamente a moltissime persone, al limite a tutti quelli che fanno parte di una data nazione, di una data civiltà, a tutti coloro che hanno un minimo di interesse per la cultura.

I beni ambientali e i beni artistici e gli altri beni culturali che hanno un valore di esistenza, dunque , possono dirsi, in rapporto a ciò, come beni intrinsecamente indivisibili, nel senso che la loro esistenza dà un beneficio , simultaneamente, a

²¹ Cfr. per esempio I. VANSELBROECK e G.VANLULYLUBUECK ,(),*Landscape amenities :Economic Assessmentof Agricultural Landscape*, Berlin, New York, Springer

tutti coloro che vi sono interessati, senza che il beneficio dell'uno sia leso da quello degli altri. In questo senso , tali beni, possono definirsi "beni comuni". E, dato l'interesse che essi hanno, per molte persone, in molte generazioni, è opportuno che nei Codici del diritto privato e pubblico si recepisca questa nozione, tramite una apposita nuova categoria giuridica , come quella dei beni comuni : beni che , per la loro natura, devono essere oggetto di particolare tutela , per assicurarne l'esistenza e sopravvivenza, cioè per il loro valore di esistenza. E' ciò che, del resto, fa l'UNESCO, con la sua tutela del patrimonio culturale di valore universale , per tutta l'umanità. Il nome di "beni comuni" è appropriato, in particolare per questi beni comuni di valore universale, perché essi si presume diano un beneficio comune a tutti coloro a cui sta a cuore tale esistenza e la sua trasmissione alle future generazioni

5..C'è però una differenza di fondo fra i beni dell'ambiente , che possiamo anche chiamare più propriamente eco-ambientali , dotati di rilevante valore di esistenza e quindi meritevoli di essere classificati e tutelati come " beni comuni" creati dalla natura nella sua evoluzione e i beni storici e artistici dell'eredità culturale (BEAC) , che sono creati dall'uomo nella continua evoluzione della sua civiltà . Essi, a causa di questa diversa genesi, sono fra di loro molto diversi, dal punto di vista della loro valore di esistenza e della loro fruibilità . Essi, certo, hanno anche fra loro molte caratteristiche comuni Semplificando sia i beni del mondo eco ambientale che i BEAC avendo una natura fisica inanimata hanno , assieme a un valore di esistenza intrinsecamente indivisibile, che c'è per tutti quelli che se ne curano , anche un valore di esistenza teoricamente appropriabile. E' vero che il mare non territoriale e l'etere sovrastante sono beni liberi, ma istituzionalmente

sono beni comuni sotto la giurisdizione del diritto internazionale. Anche il loro uso può essere regolamentato, ad esempio con le rotte aeree, e ciò, in senso economico, costituisce un diritto di proprietà, che comporta un diritto di esclusione da parte di chi lo ha, rispetto a chi non lo ha. Consideriamo i BEAC. Un collezionista può desiderare di tenersi un bene dotato di valore di esistenza, anche se non ne fruisce perché lo tiene in un luogo appartato, per evitare che esso si degradi o, magari, anche per occultarlo. Dunque anche qui vi è un diritto di proprietà, con connesso diritto di esclusione: questi beni possono essere fruiti solo da chi li possiede o da coloro a cui il loro possessore, gratis o dietro pagamento, dà diritto alla loro contemplazione o/e alla loro eventuale riproduzione, tramite copia d'artista, fotografia, o informatizzazione.

Anche tutti gli altri BEAC hanno, magari in modo più attenuato, una caratteristica fisica di appropriabilità e quindi sono transazionalmente divisibili, da quelli culturali storici, archeologici ed etno antropologici. Certo, una città come Firenze è liberamente percorribile, ma il parcheggio e il movimento delle auto, delle moto e degli altri veicoli è regolamentato.

Determinati beni ecologici ed ambientali come i parchi o le foreste, dotati di valore paesistico sono regolamentati e vi si può praticare ampiamente il diritto di esclusione per chi non paga il biglietto di ingresso e per i vari usi. Gli animali e le piante possono essere oggetto di proprietà e le specie libere, come uccelli, pesci, rettili, molluschi, possono essere oggetto di appropriazione, anche se protette.

Ma la situazione dei beni ecologici e ambientali liberi, come le specie viventi di animali protette, che ci interessa sopravvivano è diversa da quella dei dipinti. In questo caso la appropriazione, completa, in sé possibile, contraddice molto di i valori di esistenza di più che per gli oggetti mobili e immobili e immateriali

costituenti BEAC la nozione di esistenza, perché esiste anche una loro dignità come libertà di scelta. Un animale in gabbia ha una esistenza compromessa, e una pianta senza il proprio humus , non solo prima o poi muore, così come un dipinto che sia esposto in un luogo troppo umido o troppo caldo , ma non ha più *la scelta* di come muoversi , perde la sua libertà, come componente del valore di esistenza . Senza contare della sofferenza che provano gli esseri animati .

Non ho esposto tutto ciò per uno scopo scolastico ma per chiarire che la nozione di “Diritto della Natura”, come diritti endogeno non può essere estesa ai BEAC, il cui diritto di esistenza è per la natura delle cose, esogeno ed antropocentrico, perché non si tratta di esseri viventi. Il titolo etico del tutore della Natura è diverso da quello che ha il tutore dei BEAC .

PARTE III.

I LIMITI AL DIRITTO DI ESISTENZA. I “POSTI A TAVOLA” NON SONO ILLIMITATI E GLI INVITATI POTENZIALI AUMENTANO . OCCORRE SCEGLIERE : IL PROBLEMA ECONOMICO È INEVITABILE .

I . La tutela del valore di esistenza dei beni eco-ambientali e dei BEAC è pregiudicata e limitata fortemente da un male che io chiamerò la “Forte disease ” (FD) , è una “malattia” peggiore della ben nota “Baumol disease” (BD). Questa consiste nel fatto che i costi per la conservazione dei beni culturali dotati di valore di esistenza può aumentare , in quanto non si può attuare un progresso tecnico che riduce le unità di personale impiegato e la loro qualità, mentre aumenta la retribuzione di tale personale, dato che i guadagni di ciascuno tendono a crescere in rapporto al Pil . La FD è peggiore perché la legge di tendenza della crescita della spesa che essa comporta è simile alla legge di crescita della spesa sanitaria pubblica.

Converrà innanzitutto soffermarsi sulla intrinseca natura e sulle cause della crescita di questa . La spesa sanitaria cresce, in una nazione con una popolazione crescente, perché cresce il numero degli abitanti. Ma essa cresce anche se aumenta il numero di vecchi rispetto alla popolazione totale , in quanto le persone anziane hanno bisogno di più cure. E tali cure aumentano la durata della loro esistenza, con un processo circolare , Inoltre le spese sanitarie crescono, perché cresce il livello del PIL pro capite e quindi quello del reddito pro capite medio della gente .Ed essa quindi accresce la sua domanda di beni e servizi per la salute. Certo, coloro che hanno pochi mezzi non sono in grado di spende di più per la salute, ma osservando chi se lo può permettere, sentono un maggior bisogno di cure preventive e di terapie , operazioni , farmaci , macchine, strumenti, supporti medico-sanitari e chiedono all'operatore pubblico di soddisfare gratis a tali nuovi bisogni . Si forma anche, nella società, un progresso etico-culturale a questo riguardo.

D'altra parte le spese sanitarie crescono non solo con il crescere del PIL pro capite e con il progresso etico-culturale , ma anche con il progresso tecnologico, che genera nuovi mezzi per prevenire e curare la salute e per migliorare il fisico delle persone. Si crea così un processo a spirale fra crescita della domanda di sanità (e bellezza) e progresso tecnologico stimolato da tale domanda, che a sua volta ne fa sorgere una nuova , che comporta nuova ricerca e sviluppo tecnologico e così via. D'altra parte la civiltà tecnologica, l'affollamento delle città , le emissioni inquinanti delle fabbriche , dei caloriferi, dei trasporti, generano nuovi rischi e danni alla salute delle persone . E ci sono infortuni e incidenti sul lavoro , nei trasporti, nella vita quotidiana , connessi

allo sviluppo tecnologico e al benessere, che generano nuovi bisogni di spese sanitarie, acuiti dal prolungamento della vita umana.

2. Ora se riflettiamo sui beni artistici e culturali (e su quelli eco ambientali) possiamo notare come sia impressionante la analogia fra natura e cause dei costi globali crescenti del sistema sanitario e FD , cioè natura e cause dei costi globali crescenti della conservazione dei BEAC. Il numero dei BEAC dotati di rilevante Valore di esistenza (VE) cresce di continuo nell'umanità in quanto noi abbiamo di continuo nuove opere d'arte, nuovi beni culturali. Non solo, ma ne troviamo nel passato sempre di più sia per ragioni fisiche e sia a causa dello sviluppo dei nostri interessi culturali. Per fare un esempio tipico , i beni antropologici solo da poco tempo sono oggetto di considerazione non come beni antichi o di antiquariato o di archeologia ma come beni dell'antropologia che è uno studio della civiltà (o inciviltà) umana che non riguarda solo le poche del passato e i popoli esotici , ma può arrivare sino alle culture (nel senso antropologico del termine) delle società contemporanee, nelle nazioni "evolute" . .Inoltre la pressione della civiltà, genera per loro crescenti diseconomie esterne: lo smog non fa male solo ai polmoni, intacca anche gli edifici storici e artistici , la luce artificiale le l'integrità dei dipinti e così via.

.Anche ai beni della natura si applicano analoghe leggi di crescita per cause "demografiche " e per ragioni di ampliamento degli interessi socio culturale e una analoga legge di crescita dei danni .derivanti dallo sviluppo della civiltà umana..

3. Ma la FD per i beni culturali e per i beni della natura dipende anche da un'altra ragione, che genera la esigenza di tutela, dei BEAC e che può essere descritta con le rappresentazioni grafiche delle Figure 3 e 4 della II Parte del Capitolo II. La sostenibilità di questi beni comuni entra in conflitto con il mercato, in relazione ai danni crescenti a cui essi sono esposti, nel sistema di mercato, a causa dell'interesse economico al loro sfruttamento in modo non conformi al loro valore di esistenza.

Noi, quindi, ci troviamo con una popolazione di beni comuni che invecchia e con una popolazione di beni comuni che a causa delle diseconomie esterne prodotte della nostra civiltà tende "ad ammalarsi di più". E come nel caso della sanità noi abbiamo un problema di sostenibilità perché la popolazione invecchia e vive in un mondo in cui si formano più problemi di intervento per tutelare la loro esistenza, allo stesso modo per i beni comuni.

Si aggiunga che il progresso tecnologico e il progresso culturale, come nel campo della sanità, allungano la vita dei beni comuni: come la vita delle persone cresce, allo stesso modo sta crescendo la vita dei beni comuni, culturali e della natura. Un dipinto, una antica basilica, un reperto archeologico possono essere restaurati, e salvaguardati con nuove tecnologie. E così durano più a lungo ed occorre dedicare loro ulteriori cure.

Analoghi problemi per i beni eco ambientali. Lo sviluppo economico tende ad eroderne gli spazi vitali e a danneggiarli, con le proprie "diseconomie esterne". Una volta si lasciava che si estinguessero i panda, adesso non li lasciano più estinguere. E grazie ai progressi tecnologici nella loro tutela, i panda allungano la propria esistenza (e tra l'altro possono anche moltiplicarsi).

Questo è un fenomeno che si presenta in modo tragico per altre specie protette come gli orsi, i lupi, i cinghiali, i cervi. Questi quando sono troppi sulle montagne, si ammalano negli occhi perché non hanno abbastanza bacche per la loro igiene. I lupi e i cinghiali non hanno abbastanza cibo sulle montagne e minacciano gli abitati. Quindi c'è un grosso problema di sostenibilità, tanto è vero che esistono stagioni della caccia, che hanno il compito di ridurre le popolazioni protette per preservarne le specie senza danni ad altri. Noi però, vogliamo che vivano il più a lungo possibile.

E ciò aggrava i problemi di sostenibilità. Così come nella sanità, quindi, c'è qui dramma del costo crescente per l'allungamento della vita che accresce il costo delle manutenzioni e il costo delle conservazioni. Come per le persone che sono molto anziane la medicina e la sanità costa di più, allo stesso modo costa di più preservare i beni culturali e i beni della natura che consideriamo come beni comuni. Mano a mano che il tempo passa sono più soggetti al logorio del tempo ma noi vorremmo che questo logorio del tempo, per le cose dotate di valore di esistenza e per l'uomo non ci fosse.

Da tutto questo insieme di fattori, nasce il problema della FD, in relazione al loro valore di esistenza, che presenta una stretta analogia con il valore di esistenza della vita umana e della sua integrità, a cui si riferiscono le scelte riguardanti la sanità.

CAPITOLO II:

I BENI DELL'EREDITA' CULTURALE COME BENI COMUNI. IL LORO VALORE D' ESISTENZA E D' USO. LE ISTITUZIONI DEL DIRITTO DI PROPRIETA IN SENSO ECONOMICO PER ASSICURARNE LA SOSTENIBILITA'

PARTE I

I BENI DELL'EREDITA' CULTURALE COME BENI COMUNI. IL LORO VALORE DI ESISTENZA E D' USO

1. Ora possiamo mettere a fuoco la tematica dei “beni comuni”, come beni dotati di valore di esistenza, per quelli di valore storico, artistico, culturale, quelli che in inglese, come si è detto poc'anzi, si chiamano *Cultural heritage*, “eredità culturale “. Il significato del termine “eredità culturale” si comprende meglio se si considera che questi ci sono stati trasmessi dalle generazioni passate e li dobbiamo a nostra volta trasmettere a quelle future , perché la loro esistenza ha un valore culturale, che si vuole salvaguardare, per noi e per le future generazioni . Ciò non solo perché possono servire per vari usi di fruizione culturale ed economici e come attrattori turistici e come simboli e brand di nostri prodotti . Ma anche come espressione e testimonianze della nostra civiltà, che vogliamo siano preservati indipendentemente dal loro specifico uso . Noi vogliamo che certi beni artistici e storici siano conservati, per il loro valore in sé, anche se non ne fruiamo. E desideriamo che essi possa esistere anche in futuro. La torre di Pisa per moltissimi, in Italia e all'estero, ha un valore di esistenza, indipendentemente dal valore di uso, che molti non avranno mai, se non in fotografia. E altrettanto vale per le opere d'arte di

grandi pittori contenute nei musei vaticani e per le statue di Michelangelo. Noi vorremmo che la Gioconda di Leonardo durasse per sempre , anche se è probabilmente impossibile. Qui chiaramente emerge la grossa differenza di questi beni, rispetto agli altri : il loro valore d'esistenza predomina sulla loro fruizione e quindi sul loro valore d'uso. E ciò tanto più quanto è più grande questo valore di esistenza del bene .

Nella impostazione contrattualistica naturalistica alla Kowlosky noi dobbiamo riconoscere il valore di esistenza delle altre entità per un principio di giustizia commutativa ossia perché ci danno del bene e quindi dobbiamo voler loro bene. Ma mentre nel caso della Natura, in relazione alle specie vegetali ed animali che ne fanno parte , e delle entità che compongono questo mondo naturale, si tratta di un rapporto che avviene in primo luogo nello spazio e ulteriormente nel tempo, in base alle leggi dell'evoluzione naturale da un lato e di quella della civiltà umana, dall'altro, nell'equilibrio loro rapporto di coesistenza, nel caso dei beni culturali artistici e storici che sono creati dall'uomo , il rapporto che si instaura fra essi e il consorzio umano , per quanto riguarda la "eredità culturale" è un rapporto di giustizia commutativa intertemporale *intergenerazionale* che si svolge nel tempo : noi che ereditiamo il lascito dalle generazioni passate abbiamo il dovere di fare altrettanto per la nostra e verso le generazioni future. Forte e Mantovani (2004) ²² presentano il seguente schema del valore economico globale dei beni culturali .

²² Cfr. F. FORTE e M. MANTOVANI (2004), *Manuale di Economia e Politica dei Beni Culturali*, Soveria Mannelli, Rubbettino, Parte Terza, "I beni artistici e culturali nel benessere collettivo, Capitolo III. "Il Benessere Collettivo come Obiettivo di Politiche Pubbliche", §5. *Le componenti del benessere artistico culturale come libere scelte individuali* pp.330-332

TAVOLA 1

IL VALORE ECONOMICO DEI BENI ARTISTICI E CULTURALI (FORTE- MANTOVANI 2004)
I) VALORE D'USO EFFETTIVO
II) VALORE DI OPZIONE D'USO
IIa) Valore di opzione
II b) Valore di quasi opzione
III) VALORE DI ESISTENZA
IIIa) Per lascito alle future generazioni
III b) Filantropia rispetto alle future generazioni per la possibilità di fruirne
III c) valutazione intrinseca
+ Economie esterne turistiche e di immagine commerciale per tutte le categorie

Il valore di uso effettivo consiste nell'uso del bene da parte del proprietario o di terzi (con o senza ricavo per il proprietario). Il valore di opzione d'uso consiste nella possibilità del proprietario e di terzi di poter fare uso del bene in seguito, tramite una maggiore informazione che consente una migliore fruizione.

Il valore di esistenza si articola nella valore della conservazione del bene, derivante :a) dal beneficio di poterli lasciare in eredità a propri cari, per usarli consumandoli o mantenendoli ed eventualmente migliorandoli per scopi di tipo I o II ; b) nella filantropia privata e pubblica rispetto alle future generazioni, che può derivare sia da altruismo che dal desiderio di fama e reputazione

magari anche in futuro (ciò per consentire ad esse a loro volta ai futuri di fare scelte di tipo I o di tipo II) e c) dalla valutazione intrinseca per cui occorre che il bene sia conservato , sia quando è lasciato a propri cari sia quando è lasciato alla collettività mediante la mano pubblica e mediante entità privatistiche .Il valore di esistenza allora può avere connotati etici d adempimento a un dovere .

In ogni caso ci possono essere economie esterne turistiche e di immagine per i prodotti delle entità e delle località coinvolte.

2.Questa classificazione differisce da quello di altri cultori di economia dei beni culturali , come ad esempio il Nijkamp, ²³che , accanto al valore dell'uso presente e a quello potenziale futuro e a un serie di effetti collaterali dell'uso, raccolti in 5 categorie consistenti in gran parte di economie e diseconomie esterne considera gli effetti del non uso, che raccoglie in una unica classe consistente di 5 categorie , che riconduce tutte al valore di opzione in senso lato.

TAVOLA 2

LE CINQUE CATEGORIE DEL NON USO COME VALORE D'OPZIONE DELL'EREDITA' ARTISTICO CULTURALE SECONDO NIJKAMP (1987)

I)Avversione al rischio che induce a una opzione di uso futuro del bene :il visitatore potenziale del bene è incerto sul fatto se in futuro ne fruirà e pertanto preferisce che il bene sia disponibile in futuro ed è disposto a sopportarne il costo²⁴

²³ P. NIJKAMP (1987), "Culture and region: a multidimensional evaluation of monuments, Environment and Planning. B. Planning and design", vol. 15, pp.5-14 . La classificazione di cui al testo è a pag. 7

²⁴ Ovviamente anche per tutte le successive categorie il soggetto considerato è disposto a sopportare un costo, che varia

2) Domanda di quasi opzione: il visitatore potenziale è interessato alla visita del bene , ma attende una maggiore e più adeguata in formazione , per effettuarla
3)valore di esistenza:il non utente effettivo o potenziale attribuisce grande valore economico al fatto che il bene sia conservato
4)valore di uso vicario: i non utenti vogliono mantenere intatto un certo bene (pubblico ²⁵) , perché amano che altri ne possano godere
5)valore del lascito :i non utenti sentono come una loro responsabilità morale (ovvero per altruismo) il conservare il bene (pubblico) per le generazioni future

Come si nota in questa classificazione il valore di esistenza non appare come una categoria generale , ma come una fra le cinque particolari categorie in cui si articola valore di non uso ovvero di opzione, quella del grande valore economico della conservazione del bene . Nella classificazione di Forte e Mantovani esso invece si presenta come categoria generale , distinta dal valore dell'uso e da quello di opzione di uso si articola in tre classi delle cinque di cui si compone il valore di opzione ovvero non uso , che sono, oltre a ciò che Nijkamp denomina valore economico di esistenza dei non utenti , anche il valore del lascito e quello extra economico, della conservazione dell'esistenza del bene.

Si può obiettare al Nijkamp che il valore di esistenza può sussistere anche quando vi è un uso e che, quindi non è corretto definirlo come valore di non uso. D'altra parte egli può obiettare che , nella sua classificazione, le varie categorie di valore non sono mutuamente esclusive , si possono cumulare in un

²⁵ Il Nijkamp , in questo saggio, si sofferma sui beni pubblici, ma è ovvio che la sua classificazione si applica anche ai beni della eredità culturale che sono posseduti da privati (individui , società e non profit) , quando sono di pubblico interesse e perciò sottoposti alla pubblica regolamentazione .

unico bene. Ed in effetti ciò è vero anche per la classificazione di cui alla Tavola 1.

D'altra parte per (NIJKAMP, 1998 §1. Pag.6) nel valore dei beni storici e artistici c'è un complesso di fattori sociali intangibili in parte di natura storica, in parte di natura artistica e in parte dal suo stato di conservazione, che non si riescono a catturare con il metro monetario

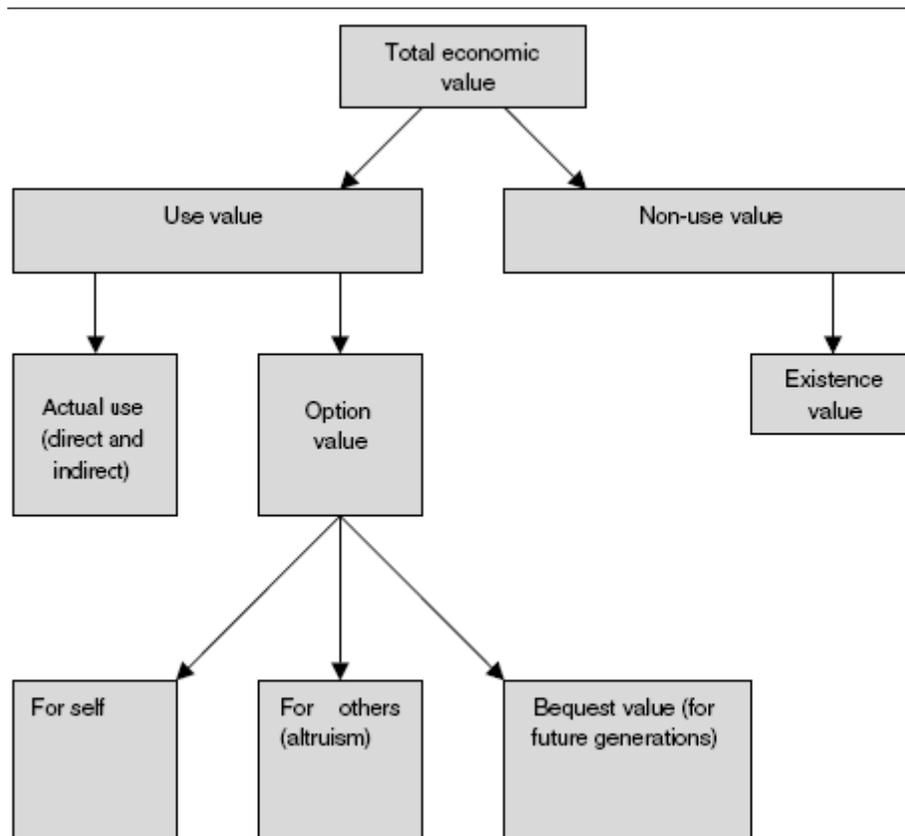
Ma se ciò è vero : il valore di esistenza di cui al numero 5 può valere anche senza uso .

Non è, in effetti, sempre facile distinguere valore di opzione d'uso e il valore di esistenza, che comporta oltre all'uso presente anche un uso futuro. Ad esempio, il valore di opzione consistente nel rinvio al futuro dell'uso, (con un costo di conservazione a ciò connesso) quando avremo una maggiore conoscenza del bene o maggiore disponibilità di mezzi e tempo per fruirne o per dare a sé stessi in futuro soddisfazioni, per una sorta di equità nelle preferenze fra l'io presente e l'io futuro che non ci meritiamo ora ed il lascito a future generazioni del bene (con un conseguente maggior costo di conservazione) per analoghe considerazioni può essere ricondotto a un valore di esistenza, se si guarda a un mero fattore temporale. Ma ciò è solo apparentemente corretto. Il valore di opzione, inteso in questo senso è un valore di uso personale o di terzi differito nel tempo, che potrebbe comportare la distruzione parziale del bene, da parte dei futuri soggetti. Diverso è il valore di esistenza, separato dal valore di opzione, che può comportare in costo di conservazione, per permettere che il bene sia (potenzialmente) perennemente disponibile, che comporterà anche esso il lascito alle future generazioni, ma con un dovere di queste di conservarlo.

3. Ecco , infine, nella Tavola 3 la classificazione dell'ART AND HUMANTIES RESERACH COUNCIL del 2010 del REGNO UNITO , che è molto simile a quella di FORTE – MANTOVANI (2004), perché dà un risalto autonomo al valore di esistenza, ma la semplifica , a una dicotomia : da un lato il valore di uso , dall'altro quello di esistenza. Ora le opzioni di uso sono tutte nel valore d'uso , mentre il valore di esistenza, come nella classificazione triadica di FORTE- MANTOVANI è autonomo e potenzialmente rivale , a quelli di uso effettivo od opzionale, sicché la loro conciliazione comporta scelte complesse, con varie soluzioni .

TAVOLA 3

VALORE ECONOMICO TOTALE DEI BENI DELLE'EREDITA' ARTISTICO- CULTURALE
 SECONDO ART AND HUMANTIES RESERACH COUNCIL, UK (2010)



Nella Tavola 3 tratta da Pearce e altri (2002) , il valore economico totale dei beni dell'Eredità ARTISTICO-CULTURALE si bipartisce in valore di uso e valore di non uso che consiste nel valore di esistenza in quanto tale . Il primo viene distinto nel valore di uso effettivo e nel valore di opzione di un uso che si distingue in tre classi : uso proprio, uso altrui (altruismo), lasciato alle future generazioni.

Il rapporto inglese ammette che la valutazione economica non è esauriente. Fa riferimento a Klamer (2003)²⁶, che enfatizzando la irriducibile immisurabilità dei valori culturali annovera fra questi l'identità culturale nazionale e, più ampiamente, a D. Throsby (2003) H .M. Bakeshi e D. Throsby, (2010) I. Rizzo e D. Trosby (2014) ²⁷ che distinguono il valori dei beni dell'eredità culturali in valori economici , suscettibili di misurazione in moneta e valori culturali, che non sono di per sé suscettibili di valutazione con il metro monetario , ma influenzano i valori economici e, in tale misura, possono essere valutati monetariamente. Throsby (2010), sostiene ,, ad esempio, che i valori estetici, spirituali, sociali , simbolici che sono inerenti a un centro storico- artistico non possono essere espressi in termini monetari .

PARTE II

I TEOREMI SUL RAPPORTO FRA VALORE DI ESISTENZA E DI USO DEI BENI DELL'EREDITA' CULTURALE

²⁶ A. KLAMER,(2003),”Social, cultural and economic values of cultural goods, *Cultural Economics*, vol. 3, n.3., pp.17-38

²⁷D. THROSBY ,(2010), *The Economics of Cultural Policy*, Cambridge , Cambridge University Press , H. M. BAKESHI e D. THROSBY, (2010), *Culture Innovation: an economic analysis of innovation in a and cultural organizations*. London, NESTA , I. RIZZO e D. THROSBY (2014), “ Value and the valuation of Arts in Economic and Aesthetic Theory”, in D. THROSBY e V. GINSBURGH, (a cura di), *Handbook of the Economics of Arts and Culture*, Vol. 2 , Ch. 6 .

1..Occorrono alcune osservazioni preliminari sulle caratteristiche dei BEAC , sulle ragioni per preservarne l'esistenza, attribuendo loro un particolare regime giuridico e sui modelli di sistema economica con cui attuare tale tutela .

Mentre per i beni normali si devono fare gli ammortamenti, perché essi man mano deperiscono fisicamente o tecnologicamente e andranno sostituiti, e ciò è importante per la per la loro gestione e valutazione quando fanno parte patrimonio pubblico, per i BEAC meritevoli di tutela, in relazione al loro valore di esistenza, non si devono fare gli ammortamenti perché non sono beni destinati a perire, anche se oggettivamente deperibili²⁸. Si devono fare le manutenzioni straordinarie per fare in modo che sopravvivano. Esse sono simili agli ammortamenti , ma più costose e complicate, perché spesso c'è un problema nei rimpiazzi, in quanto non si può sempre ricorrere alla sostituzioni di certe parti , con materiali simili. Lo si può fare per un edificio, ma con grande difficoltà e competenza tecnologica e culturale per un edificio del passato. Per il restauro è dei dipinti ci vogliono altre soluzioni. Talora e sempre più spesso occorre ricorre alle scienze fisiche e chimiche.

2 I beni dotati di valore di esistenza , dal punto di vista di questa caratteristica, sono beni pubblici puri , nel senso della teoria economica²⁹. Infatti tutti coloro che traggono un beneficio dalla loro esistenza ne usufruiscono perché essi sono indivisibili sia intrinsecamente, che transazionalmente. Essi sono intrinsecamente indivisibili , ossia pubblici , perché

²⁸ Quando Artur Andersen , che adesso si chiama Accenture aveva fatto la classificazione del nostro patrimonio pubblico ai fini della sua valutazione e gestione , aveva stabilito che i beni artistici fossero oggetto di ammortamento. Si trattava di un grosso errore concettuale . Infatti per quanto si voglia prolungare il periodo di ammortamento, ad esempio a cento anni, il ragionamento è intrinsecamente errato.

²⁹ Cfr. Forte (2004) citato a Nota. 1 , Parte II, Capitolo III, Parte Prima . Anche le successive definizioni di beni semi pubblici e quelle delle varie tipologie di economie esterne fanno riferimento alla Parte prima di tale Capitolo

tutti ne possono fruire in quanto la fruizione di un soggetto non impedisce o limita o danneggia quella dell'altro. Sono , per il loro valore di esistenza, indivisibili dal punto di vista transazionale, ossia pubblici , perché a loro valore di esistenza non si applica il principio di esclusione per chi non paga o non è ammesso gratuitamente a fruire del bene. Infatti il beneficio deriva dalla mera conoscenza del fatto che il bene esista e si trovi in buone condizioni o/ e dal fatto che le sue condizioni siano migliorate : e a tali informazioni non è applicabile il principio di esclusione , per chi non ha il permesso di “visitare” il bene.

Dal punto di vista dell'uso questi beni sono, invece, beni privati , con economie esterne o beni semi pubblici. Gli edifici storico-artistici soggetti a vincolo perché facenti parte dell'eredità culturale sono, dal punto di vista economico , per il loro uso, beni privati, che producono economie esterne. Il loro uso per abitazione, ufficio, servizi commerciali, servizi di pubblica utilità (come scuole, ospedali , caserme) , pubblici (uffici comunali, statali) etcetera è privato e in genere è dei proprietari o di chi ne è affittuario. Essi danno economie esterne di atmosfera , perché , insieme ad altri edifici e monumenti e beni ambientali, danno valore al paesaggio e alle città e ai loro “centri storici” e ai borghi storici e artistici . Danno anche economie esterne specifiche a coloro che li vedono, perché vivono, lavorano, passano lì vicino. Lo stesso vale per i beni artistici e storici (dipinti, affreschi, stampe, libri , gioielli, sculture, arredi, reperti storici e archeologici etc.), parchi , statue, che si trovano in tali edifici e per quelli che le persone indossano(gioielli, accessori etc.) . Qui il valore di esistenza può entrare in conflitto con quello di uso, soprattutto perché per essere utilmente adoperati, essi hanno bisogno di innovazioni e manutenzioni che possono , a

volte, comprometterne la natura originaria e perché le ristrutturazioni la possono alterare o distruggere . D'altra parte, se essi sono degradati, vi sono delicati problemi di restauro. Ovviamente se gli immobili sono utilizzati, il loro degrado è meno probabile . Ed inoltre il provento in natura o in denaro che si ricava dal loro uso può servire a mantenerli .

Altri BEAC , però, come i Musei e i siti archeologici , per l'uso , consistente nella loro visita , sono beni semi pubblici Dupuit-Hotelling , ossia beni transazionalmente divisibili in unità di vendita e intrinsecamente parzialmente indivisibili come una strada o un ponte o un tunnel di cui c'è una larga fruibilità , nello stesso tempo o in tempi successivi, ma a un certo punto c'è la congestione, e per i quali l'uso determina un costo di vigilanza e un logorio, quindi un consumo . Per questo sorge un delicato problema di contraddizione fra valore di uso ed esistenza. La sostenibilità del secondo può entrare in conflitto con la sostenibilità del primo. Ma –come si è già notato per i beni eco-ambientali , se l'uso dà un beneficio per cui si è disposti a pagare un prezzo privato o pubblico , la sostenibilità del valore di esistenza, che comporta dei costi, può essere sorretta dal valore d'uso.

Infine , c'è una terza categoria di beni, costituiti dai monumenti pubblici e dalle piazze e dalle vedute paesistiche e panoramiche , che sono beni semi pubblici , per i quali non si applica il principio di esclusione , ma la cui fruizione non è illimitata , perché soggetta a esclusione . I loro benefici economici possono essere molto consistenti , perché essi possono agire come attrattori turistici : così tipicamente la Torre di Pisa o la Torre Eiffel e la piazza del Duomo di Milano .

2.Ora nella Tavola 1, presentiamo una matrice lessicale riguardante le 4 situazioni alternative dei BEAC , fra valore di esistenza e di uso e le conseguenze per la sostenibilità del valore di esistenza. E' facile evocare le analoghe tematiche dei beni ecologico -ambientali

Nelle righe indichiamo se i beni sono dotati di valori di esistenza artistico-storico-culturali (VAS) e nelle colonne se sono dotati di valore economico (VE). Il segno + indica presenza del valore considerato, il – la sua assenza. Il valore economico di mercato dipende dal valore d'uso , quello artistico culturale non può prescindere dal valore di esistenza. La prima riga ha il segno + , la seconda il segno - . Ci sono quattro possibili combinazioni fra valore economico di mercato e valore artistico culturale (potremmo anche sostituire a ciò, il valore eco-ambientale)

Le quattro caselle IA, I B, II A, 2B indica quattro combinazioni possibili fra VAS, cioè Valore di uso artistico e storico e VE , cioè valore di uso economico, che dà un ricavo e quindi sostenibilità endogena , ossia una sostenibilità che si può ottenere dal BEAC che si sta considerando.

La AI è positiva per il valore di esistenza , ma si deve sacrificare l' uso che genera sostenibilità , la AII consente un valore di esistenza e di uso che genera sostenibilità , mentre la BII consente il valore di uso economico , purché si sacrifichi quello di esistenza, mentre la BI è negativa per l'esistenza e per l'uso storico artistico .

TAVOLA 1

	I	II
A	VALORE VE MA NON VAS	VAS E VE
B -	NE VE NE VAS	VAS SENZA VE

Alcuni beni non hanno un valore di uso , ma hanno un valore artistico culturale ma non un valore di uso che dia loro sostenibilità endogena , così ad esempio le antiche mura, ma anche un castello diroccato, non utilizzato . Altri beni hanno un valore di uso storico artistico , ma non più il valore di esistenza originario , come moltissimi palazzi e case delle nostre città, che sono state conservati nell'aspetto esterno, ma in quello interno sono stati completamente modernizzati e privati della loro caratteristica di BEAC . Altri beni non hanno né un valore di esistenza, né un valore di uso artistico-culturale , come i palazzi e i centri urbani moderni costruiti in luogo di quelli storico artistici . Un grande centro commerciale , con un grande parcheggio sotterraneo e alcuni grattacieli e una grande piazza al posto del Colosseo, potrebbero essere un esempio di ciò.

I casi che a noi interessano sono AI e All perché in essi vi è per il bene artistico storico-culturale una esistenza.

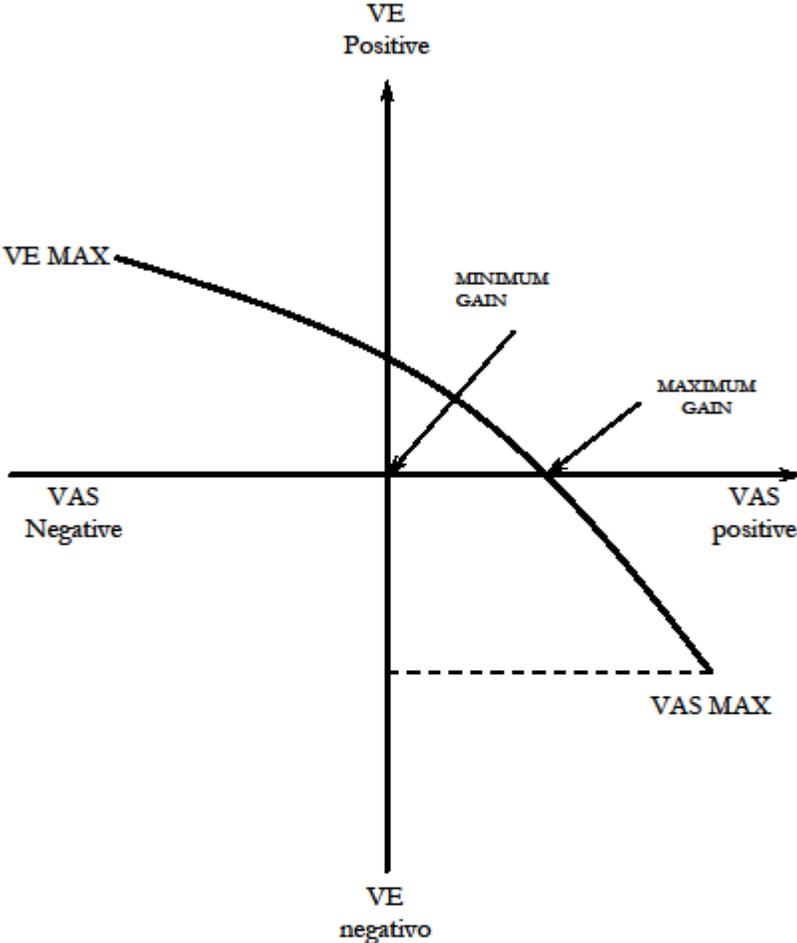
2. Traduciamo ora lo schema qualitativo "lessicale" della Tavola I in uno schema funzionale , quantitativo consistente nella relazione fra le due variabili considerate , che sono il Valore di esistenza VE e il Valore di uso , che dà sostenibilità VAS . L'esistenza VE e il Valore di uso VAS che dà sostenibilità endogena possono stare fra loro in rapporto quantitativo , in due diversi modi : possono essere rivali , con una tendenza della crescita di una variabile a ridurre la dimensione dell'altra o complementari, con la crescita di una variabile , che consente o comporta la crescita dell'altra, muovendo dal punto in cui entrambi hanno la massima crescita , a quello in cui si azzerano, ma non necessariamente

simultaneamente. E si può avere una combinazione fra le due relazioni di complementarità e rivalità. A tale scopo costruiamo una rappresentazione grafica con i soliti quattro quadranti , in cui abbiamo ci sono due assi uno verticale per il valore di esistenza VE ed uno orizzontale per il valore di uso artistico culturale , che hanno un segmento positivo ed uno negativo . Per l'asse orizzontale , quello degli usi artistici e culturali, il segmento positivo è a destra e quello negativo a sinistra , mentre per quello verticale il segmento con valore positivo è in alto e quello con valore negativo in basso. Ed ecco una prima ipotesi , con un BEAC che presenta una relazione funzionale fra VAS e VE che copre solo i tre quadranti con qualche valore positivo . Il quadrante a destra in alto è quello in cui siamo maggiormente interessati, perché comporta la complementarità fra i due obiettivi e quindi la sostenibilità dei valori artistici e storici tramite quelli di mercato .

FIGURA 1

IL MERCATO PUÒ DARE SOSTENIBILITÀ SUFFICIENTE, MA NON (È DETTO CHE SIA) OTTIMALE .

Figure 1



Tuttavia occorre notare che con la massimizzazione dell'obiettivo di carattere

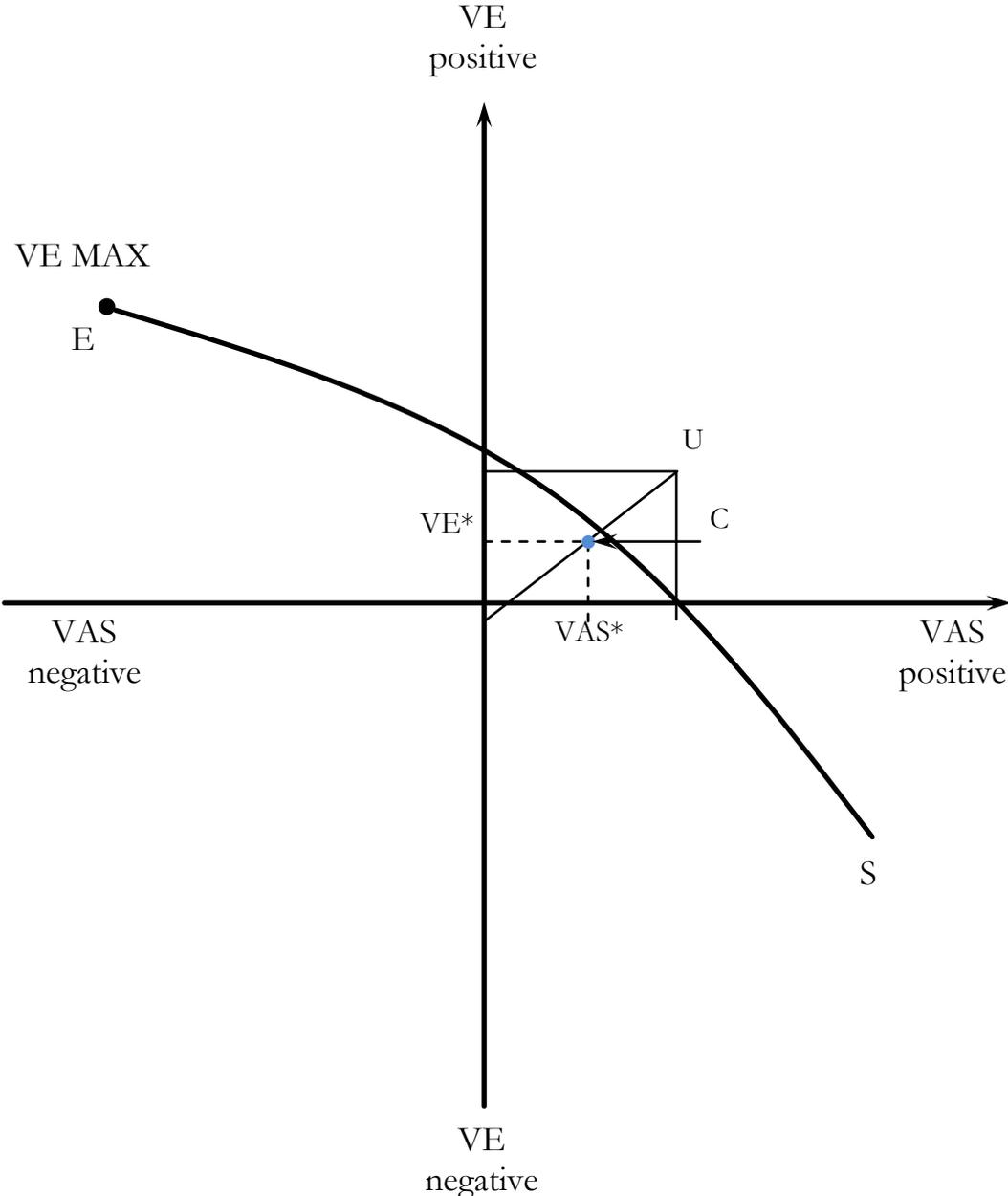
artistico e storico , nel caso qui , si ha con un azzeramento del valore economico, nel quadrante a destra in basso. Se invece vogliamo massimizzare il valore economico di mercato, dobbiamo andare nel quadrante in alto , a sinistra in cui si trova la massima valorizzazione del bene che, nella nostra ipotesi, comporta un valore negativo artistico e storico. Riunendo i due punti estremi , che riguardano il massimo di VE e quello di VAS , abbiamo una curva di trasformazione fra VE e VAS che va dal I quadrante in alto a sinistra al IV quadrante in basso a destra. Possiamo immaginare che le curve che indicano le preferenze collettive, come media delle preferenze individuali, siano nel II quadrante in alto a destra con un andamento come quello della linea tratteggiata. Ma non è necessariamente vero che la *libera* media delle preferenze individuali esprima l'esigenza di tutela a favore delle future generazioni, che in Italia è stabilita dalla Costituzione . La scelta, dunque, va fatta , dall'elettore medio, *con questo impegno*

.Il risultato di equilibrio fra VAS e VE nella collettività lo possiamo , allora, immaginare come un gioco di contrattazione fra i difensori dei valori comuni e la volontà media degli elettori liberi da questo impegno , in cui entrambi partono dalla ammissione che l'altro abbia , in partenza, diritto a non rinunciare del tutto al proprio valore .

FIGURA 2

EQUILIBRIO DI GIOCO FRA TUTORI DEI VAS E FAUTORI DEL MERCATO

Figura 2

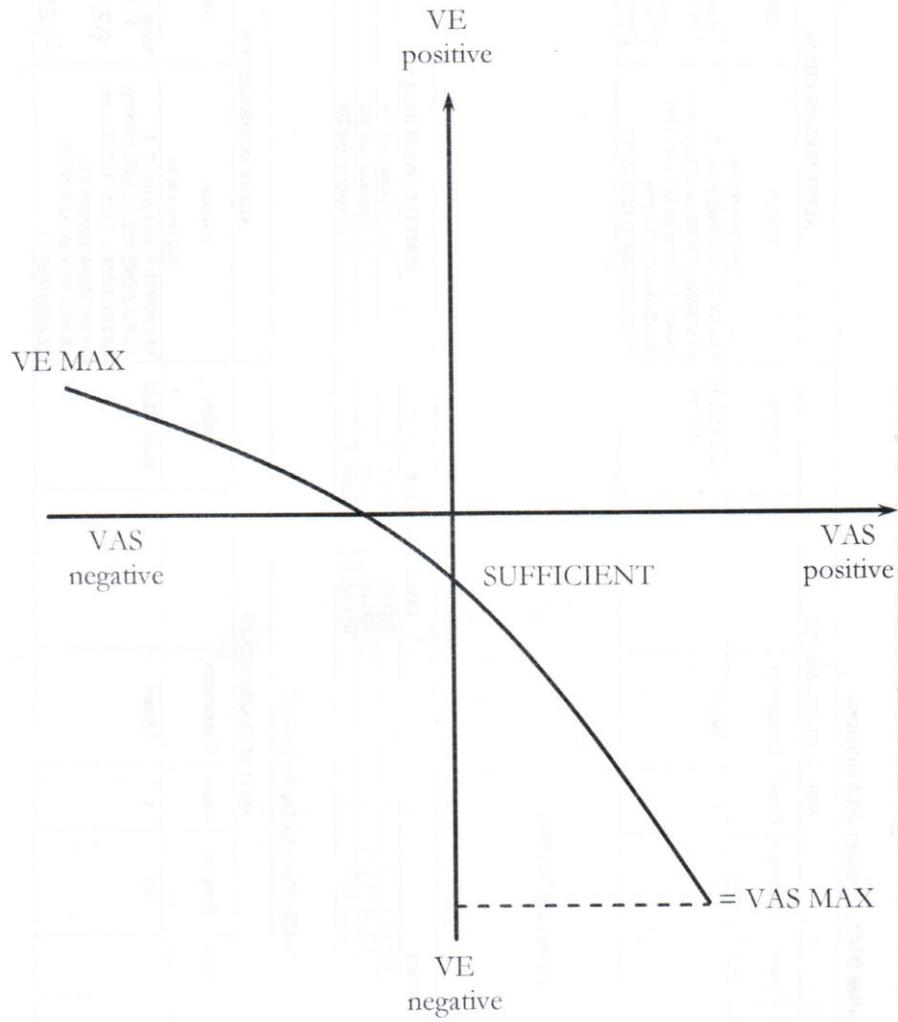


Siamo così autorizzati a ipotizzare che nella collettività si accetti il principio di sostenibilità per cui si sceglie la casella II .E quindi , supposto che la media degli elettori sia per il valore di mercato, la massimizzazione può avvenire con rinunce reciproche al proprio massimo, partendo da un valore zero. Con il criterio della rinuncia proporzionale al proprio massimo, da parte di ciascun giocatore l'equilibrio può essere trovato tracciando la bisettrice dal punto utopico ,in cui ciascuno realizza il suo massimo partendo dallo zero comune, indicato dall'origine, come nella Figura 2. Ovviamente se nella collettività si muove da un VAS positivo la bisettrice del massimo si sposta verso sinistra in alto, a favore del VAS. Non è detto , allora, che siano sufficienti incentivi fiscali ai privati, per consentire una adeguata tutela dei VAS. Allora può essere opportuno inserire questi beni nel patrimonio pubblico dei beni comuni e addossare parte del costo del loro mantenimento all'erario, accontentandosi di riscuotere limitati proventi mediante cessione del loro valore d'uso .

FIGURA 3

EQUILIBRIO DI GIOCO FRA TUTORI DEI VAS E FAUTORI DEL VE PER BENI CON
MODESTA SOSTENIBILITÀ

Figura 3



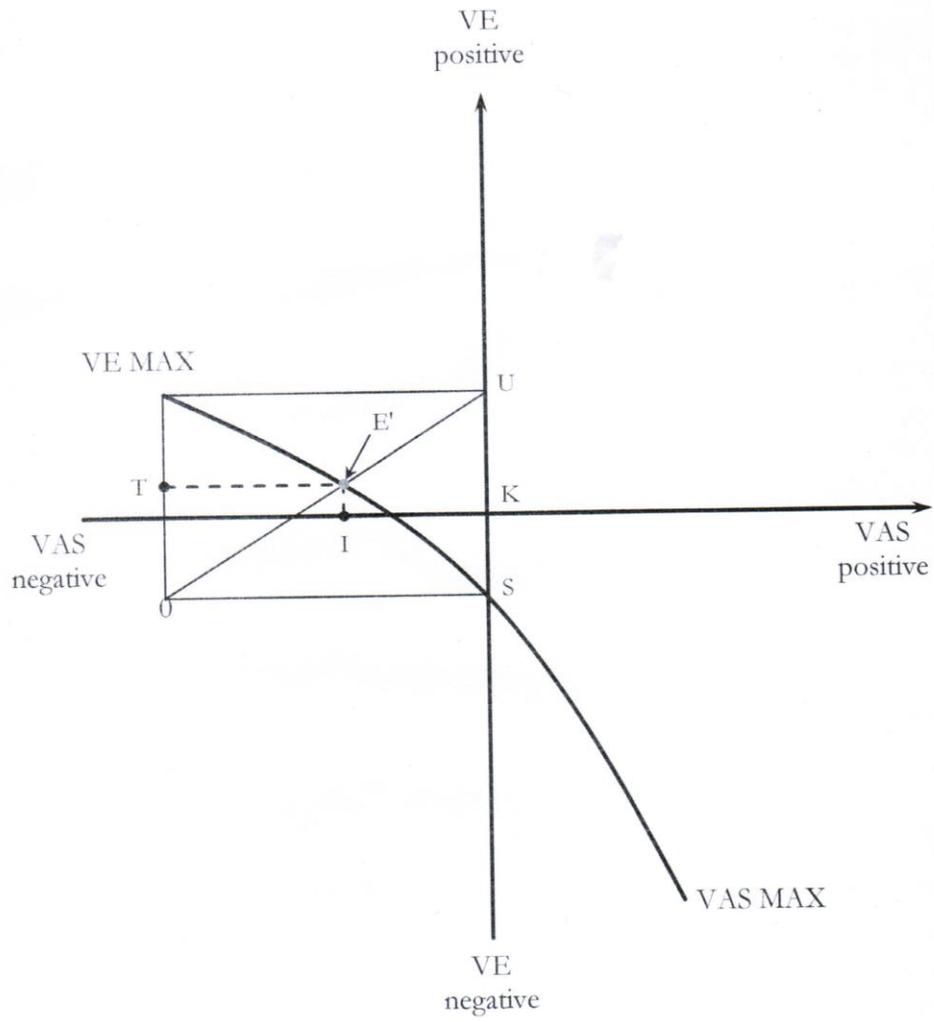
3. Però ci possono essere situazioni meno confortevoli, in cui i beni comuni dotati di VAS possono presentare una scarsa sostenibilità, per cui le scelte che la consentono comportano una modesta tutela dei loro valori artistici e storico culturali. Nel caso della Figura 3 se si accetta il principio di sostenibilità, si arriverà necessariamente a posizioni in cui il VAS sarà tutelato solo in misura molto modesta. Il tutore del VAS, dato l'impegno costituzionale a tutelare i beni artistici e culturali potrà reclamare che non gli è possibile fare alcuna concessione ai fautori del VE in quanto il massimo VAS sostenibile economicamente appare comunque un minimo, rispetto alla situazione ottimale. Ma non è detto che questa sia la situazione accettabile, se il bene non è molto importante, data la FD. Infatti occorre notare che, a differenza che per il diritto alla vita delle persone umane, che è un assoluto, il valore di esistenza dei BAC (e dei beni eco ambientali) per quanto rilevante non ha la stessa natura etica. E quindi si presta, *eticamente*, al calcolo economico, molto meglio che l'esistenza delle persone umane

Ci sono, purtroppo, situazioni in cui non vi è possibile un compromesso fra VAS e VE perchè se vi è VAS non c'è VE e se c'è VE manca VAS

FIGURA 4

CASI IN CUI MANCA LA SOSTENIBILITA' PERCHE SE IL VAS E POSITIVO IL VE E NEGATIVO

Figure 4



In ipotesi come questa , non infrequenti, per indurre gli operatori di mercato a realizzare la sostenibilità dei beni dotati di VAS non basta adottare misure come gli esoneri fiscali dalle imposte dirette e indirette , bisogna adottare vere e proprie sovvenzioni per il restauro e la conservazione molto rilevanti . I costi delle transazioni e dell'informazione connessi a questo regime, possono essere molto rilevanti . E , razionalmente, l'operatore pubblico dovrà decidere se sono giustificati tutti gli ingenti sforzi che occorrono per realizzare una adeguata tutela dei beni in questione, che comportano di collocarli nel patrimonio pubblico dei beni comuni, con le spese interamente a carico dell'erario. Ma questa è una soluzione estrema, che non può essere adottata per tutta la legione dei BAC dotati di valore di esistenza, che aumenta a causa della FD.

OSSERVAZIONI CONCLUSIVE

1. Sino ad ora il regime di tutela e fruizione dei BEAC si è articolato in una dicotomia. Da un lato la pubblicizzazione dei beni in questione con la attribuzione ad essi dello status di beni demaniali o quasi demaniali (del patrimonio indisponibile) del soggetto pubblico . Dall'altro lato, la soggezione a vincoli di tutela riguardanti la proprietà e la circolazione dei beni appartenenti a privati . La nuova proposta di attribuire a questi beni la qualità giuridica e lo status di "beni comuni" consente di unificare i diversi regimi, in una categoria omogenea, di beni di proprietà pubblica o privata, per meglio applicare loro alcune regole generali, prescindendo dal tipo di soggetto dotato del diritto di proprietà . Da un lato ciò può portare a una maggiore privatizzazione e

decentramento dei BEAC; dall'altro ciò può indurre a una loro maggior pubblicizzazione e regolamentazione .

.Si tratta, pertanto, di una formulazione che può trovare posto sia in un modello di economia dirigista ovvero di intervento , sia in un modello , non meno importante dal punto di vista storico e più importante dal punto di vista teorico, quello dell'economia sociale di mercato , dove la parola "sociale " non indica dirigismo e socializzazione ma l'adozione per il mercato di regole e interventi conformi all' economia libera, che consentono la soddisfazione degli interesse e dei valori comuni degli individui, secondo il principio di sussidiarietà.³⁰ E' la concezione liberale di economisti come Einaudi, Roepke, Eucken, Peacock ³¹e tanti altri, ed a cui il presente autore è giunto , dopo molte riflessioni, su economia liberale regolata e economia di intervento, per i quali il mercato libero viene concepito come il sistema fondamentale dell'economia al servizio degli scopi degli individui e il soggetto pubblico come ad esso strumentale.

Un modello , cioè, in cui lo Stato è sussidiario, strumentale al mercato e lo regola e supplisce per fare in modo che esso funzioni secondo il modello di concorrenza e con la considerazione dei costi e dei ricavi sociali e non solo privati e delle vere preferenze dei cittadini in condizioni di scelta razionale informata. In questi modello esistono anche gli interventi pubblici conformi al mercato , vi è cioè l' ossimoro degli "interventi liberali"³². Il terzo settore, quello

³⁰ Cfr. F. FORTE (2007), *Manuale di scienza delle finanze*, Milano, Giuffrè

³¹

³² Nel mio *Manuale di politica economica*, Einaudi , Torino , 1975, Parte I, Cap. II, l'economia di mercato è divisa in due tipologie , l'economia liberista che può anche diventare economia con interventi conformi che denomino economia liberale mista e l'economia di intervento , che può essere o meno democratica. .La terminologia non è felice. L'economia liberista con interventi conformi si può meglio definire come economia sociale di mercato Ma ritengo che il termine economia liberale di intervento di Ropke sia infelice , i quanto se l'intervento è conforme , esso è proprio un ossimoro. E' meglio lasciare il nome di economia di intervento a quella in cui lo

delle associazioni e fondazioni e il pluralismo sono , in questo modello, essenziali , dato che il soggetto maggiore deve cedere il passo a quelli di minor livello e più vicini all'individuo, tutto le volte che ciò è possibile e dato che l'operatore pubblico deve conformarsi il più possibile al modello di concorrenza, proprio del mercato, mediante la pluralità di iniziative .

2. Emerge così , ai fini della sostenibilità, il passaggio crescente dei beni comuni dei gruppi sociali non profit e ai privati proprietari anziché all'economia pubblica . Questa analogamente a quanto accade nella sanità o nella previdenza, che “non ce la fa” a sostenere tutto . E' importante tenere presente ciò. Ma nello stesso tempo è anche importante sapere come si deve intervenire per assicurare che la de pubblicizzazione e la privatizzazione non rinneghino la sostenibilità dei VAS e dei valori ambientali e naturali.

Nelle critiche che sono emerse nei dibattiti sull'Unione Europea si è deprecata la discrezionalità su basi tecnocratiche adottata da autorità indipendenti e autoreferenziali di vertice , tipo Banca centrale come Commissioni di Bruxelles preposte alla concorrenza e alla vigilanza sulla libertà del mercato dei capitali . Un problema analogo si presenta, mutatis mutandis, per il tema dell'eredità culturale , con l'aggravante che , data la Forte disease, con la pretesa di difendere tutto , non si riesce a tutelare bene ciò che, davvero, importerebbe, in una riflessione bene informata, di natura generale, che coinvolga tutti.

Il principio del modello decentrato , tra l'altro, si trova , come idea generale nella nostra Costituzione e nelle attuali tendenze al cosiddetto federalismo

stato interviene per modificare il mercato, con interventi ad esso disformi , In alternativa , si può usare il termine “dirigista” , che uso nel Manuale di scienza delle finanze.

fiscale. Un tale modello con una maggior devoluzione di beni dell'eredità culturale alle Regioni e alle comunità locali può generare una maggiore possibilità di curare la FD, per la maggior vicinanza ai beni da tutelare , analogamente a quel che vale nel settore sanitario. In tale modello ,si sviluppa meglio il terzo settore, composto da soggetti interessati a provvedere queste cure: fondazioni, associazioni , senza fine di lucro, intermedi fra quelli pubblici e quelli privati.

Ma alla fine , emerge l'appello al mercato e al privato, con la tutela integrativa di regolamenti rivolti ad assicurare il VE , accanto al VAS , facendo leva, per quanto possibile- che è molto di più di ciò che può essere fatto nell'ambito tradizionale- sulla leva costituita dal valore d'suo immateriale indiretto che è implicito nel valore di esistenza altruistico e sentimentale. Se noi desideriamo che siano tutelati i beni dell'eredità culturale che a noi maggiormente possono importare , noi siamo interessati a essere informati su ciò e sul modo come accade e ne proviamo soddisfazione , analogamente a quando apprendiamo che un nostro caro è stato curato bene e ci vien data notizia dei suoi progressi verso il ristabilimento e di ciò che sta facendo e potrà fare. E coloro che realizzano ciò diventano oggetto della nostra stima e della nostra ammirazione . La loro reputazione si accresce. Forse qui è particolarmente efficace il riferimento allo sport , in relazione ai "patron" e ai "mister", che portano a vincere una squadra che non ne era più capace e a cui siamo affezionati , in particolare la "nostra" squadra , quella di cui vorremmo poter essere orgogliosi, perché la sentiamo come un nostro simbolo. Emerge così la figura dello sponsor , del tutore del bene dell'eredità culturale, che se ne

prende cura e che ne ricava una reputazione che si trasmette alle sue intraprese dotate di valore economico .

3. Il recente esempio della privatizzazione della gestione del Colosseo mediante una nuova tipologia di contratto privato di sponsorizzazione ci può aiutare nella esplorazione di questa nuova frontiera . Nel gennaio del 2011 è stato sottoscritto un accordo fra la compagnia TOD's, come sponsor e il Commissario per I siti archeologici di Roma per la fornitura -diretta o/e tramite una Associazione di Amici del Colosseo creata dallo Sponsor – di 25 milioni di euro per il restauro del Colosseo e la costruzione di un Centro di Servizi a cura del Commissario e dello sponsor . Il contratto di sponsorizzazione durerà 15 anni con la possibilità di rinegoziazione . L'Associazione degli Amici del Colosseo avrà il diritto in esclusiva di figurare come sponsor del Colosseo e del suo restyling e potrà usare in Italia e all'estero di un marchio con nome e logo distintivo dell'Associazione , con la figura del Colosseo . L'Associazione e i suoi membri potranno usare questo marchio con nome e logo in tutti mezzi di comunicazione dovunque . Lo sponsor potrà svolgere attività di comunicazione mediante l' Associazione per pubblicizzare a livello nazionale e internazionale a il lavoro di restauro produrre e proiettare fotografie anche nel Teatro e in rete .L'Associazione . può produrre e usare materiale multimediale o tridimensionale o di animazione , fotografie e informazioni riguardanti il restyling e le sue tecnologie e materiali. Può produrre e ordinare materiale editoriale, multimediale ed elettronico ed altro materiale e fare contratti per la loro produzione .Può fare accordi con associazioni, fondazioni, università e altre istituzioni che hanno gli stessi scopi. Inoltre l'Associazione può produrre

intrattenimenti, eventi, incontri, conferenze anche nel sito del Colosseo per pubblicizzare e spiegare i lavori di restyling . Per questo fine potrà essere costruito , all'interno del Colosseo, un "centro di Servizi" di 800 metri quadric per i sostenitori . la stampa, gli anziani e i disabili, con un'area per biglietteria e negozi di materiali concernenti l'attività sponsorizzata. Altri servizi e una sala caffè saranno collocati fuori dall'area del Teatro . A Tod's saranno consentite "visite private" al Colosseo, per di suoi ospiti . Sono inoltre consentiti i pannelli pubblicitari intorno al Colosseo durante il restyling. Si tratta, in effetti, di un ottimo affare in quant esso ha più di 5 milioni di visitatori all'anno oltre al flusso di persone e di mezzi che si muovono attraverso i "Fori Imperiali".

Ma va anche aggiunto che la reputazione dello sponsor dipenderà dal modo come si comporterà verso il bene, di cui è stato nominato tutore , con così tanti spazi di manovra. A tal fine, dovrà essere in grado di conciliare il valore di uso con quello di esistenza, costituito non solo dalla bontà del restauro ,e dalla sua capacità di durare nel tempo, ma anche dalla dignità che verrà assicurata a questo bene, e alla sua "libertà culturale" da fenomeni che la turbino. A giudicare sarà l'opinione pubblica.

APPENDICE

BREVE BIBLIOGRAFIA INTERNAZIONALE SULLA “ CONTINGENT VALUATION” PER L’AMBIENTE E PER L’EREDITA’ CULTURALE

- Alberini, A. and Longo, A. (2006) ‘Combining the travel cost and contingent valuation behaviour methods to value cultural heritage sites: Evidence from Armenia’ *Journal of Cultural Economics* 30 287-304
- Arrow, K., Solow, R. Leamer, E., Radner, R. and Schuman, H. (1993) *Report of the NOAA panel on Contingent Valuation* Available from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.129.2114&rep=rep1&type=pdf> Accessed 25/9/2010
- Carson, R., Mitchell, R., Hanemann, M., Kopp, R., Presser, S. and Ruud, P. (2003) ‘Contingent valuation and lost passive use: Damages from the Exxon Valdez oil spill’ *Environmental and resource economics* 25 257-286
- Choi, A. (2009) ‘Willingness to pay: How stable are the estimates?’ *Journal of cultural economics* 33 301-310
- Diamond, P. and Hausman, J. (1994) ‘Contingent valuation: Is some number better than no number?’ *The Journal of economic perspectives* 8(4) 45-64
- Delaney, L. and O’Toole, F. (2006) ‘Willingness to pay: individual or household’ *Journal of cultural economics* 30 305-309
- Dolan, P. And Metcalfe, R. (2008) ‘Comparing willingness to pay and subjective wellbeing in the context of non-market goods’ *CEP Discussion paper No. 890* London: London School of Economics
- Epstein, R. (2003) ‘The regrettable necessity of Contingent Valuation’ *Journal of Cultural Economics* 27 259-274
- Gibson, L. and Pendlebury, J. (eds.) (2008) *Valuing Historic Environments* London: Ashgate
- Noonan, D. (2003a) ‘Contingent valuation and cultural resources: A meta-analytic review of the literature’ *Journal of cultural economics* 27 159-176
- Noonan, D. (2003b) ‘Contingent valuation studies in the arts and culture: An annotated bibliography’ *University of Chicago working paper series 03/04*
- Throsby, D. (2003) ‘Determining the value of cultural goods: How much (or little) does contingent valuation tell us?’ *Journal of Cultural Economics* 27 275-285
- Willis, K. (1994) ‘Paying for heritage: what price for Durham cathedral?’ *Journal of environmental planning and management* 37(3) 267-278
- Willis, K. (2009) ‘Assessing visitor preferences in the management of archaeological and heritage attractions: a case study of Hadrian's Roman Wall’ *International Journal of Tourism Research* 11(5) 487-505

PARTE SECONDA .

I BENI CULTURALI COME ATTRATTORI TURISTICI

CAPITOLO III

TURISMO E BENI CULTURALI. STRUMENTI QUANTITATIVI, MODELLI TEORICI, PRINCIPI

PARTE I

L'ANALISI DEI FLUSSI TURISTICI MEDIANTE L'INDICE DI SVILUPPO TURISTICO FORTE-MANTOVANI

1. L'indice differenziale di sviluppo turistico Forte-Mantovani DITD-FM è stato elaborato per misurare correttamente la dinamica del turismo in una data località, onde valutare le sue carenze e le sue potenzialità. A tal fine non basta considerare l'andamento del turismo della località considerata, dato che esso è largamente influenzato dalla dinamica del turismo della nazione di cui essa fa parte, che, a sua volta, è influenzata sia da suoi fattori endogeni che da fattori esogeni internazionali. Inoltre se la località considerata non è una regione ma una provincia o un suo distretto occorre tenere conto dell'influenza che su di essa esercita la dinamica del turismo a livello regionale e nel caso del distretto anche da quella della provincia in cui il distretto in questione è ubicato. Per tenere conto di tali fattori esogeni alla località data sul lato dell'offerta e della domanda turistica e quindi valutare correttamente il suo ritmo di sviluppo turistico, le carenze e potenzialità del suo turismo e l'impatto delle politiche di sviluppo turistico esplicate in quel territorio, Forte-Mantovani hanno elaborato l'indice composito- (costituito

da 4 indicatori, 2 sul lato dell'offerta di recettività e 2 sul lato dei flussi di domanda effettiva turistica)- di sviluppo turistico IDTD-FM che misura la dinamica differenziale del turismo di una località, rispetto alla dinamica dell'ambito territoriale di cui fa parte. La Calabria ha una dinamica turistica che dipende, sia sul lato dell'offerta che su lato della domanda, solo in parte da fattori ad essa interni(endogeni). In parte la sua domanda turistica dipende da quella che si manifesta a livello nazionale che a sua volta dipende anche da fattori internazionali (fattori esogeni). Ed anche l'offerta di recettività turistica e quella correlata della Calabria è condizionata dai fattori esogeni che si manifestano a livello nazionale (con influssi internazionali). Se la dinamica della Calabria (sul lato dell'offerta e della domanda o su uno dei due lati, per entrambi gli indicatori o per uno) è migliore ciò implica fattori endogeni positivi che valorizzano meglio gli impulsi esogeni o sono del tutto autonomi. Se però la dinamica della Calabria peggiore e quindi negativa (in uno o più degli indicatori, cosa che può accadere anche quando l'indice composito è migliore), esistono fattori endogeni che ostacolano lo sviluppo turistico calabrese (segnalato dagli indicatori negativi). Analogamente per una provincia della Calabria, rispetto alla regione d'appartenenza e all'Italia. L'indice IDTD-FM serve anche per analizzare l'impatto di uno specifico intervento per lo sviluppo turistico di una località, ossia di un nuovo fattore, che modifica la dinamica turistica locale rispetto a quella precedente all'intervento, che dava luogo a un certo sviluppo differenziale di tale area rispetto a quella di appartenenza. Anche qui è utile l'esame del comportamento dei singoli sub indici che compongono quello composito. Per costruire l'indice composito di sviluppo turistico Forte-Mantovani bisogna muovere dall'indice del livello turistico IT-FM dell'unità territoriale considerata (una Nazione, una Regione, una Provincia, un Distretto minore,

un Comune), in un dato periodo (di solito l'anno, ma spesso anche il mese o una stagione ad esempio quella delle vacanze estive), che viene eguagliato a 100 e poi fare le percentuali dei dati di livello dell'indice per la stessa unità territoriale nei periodi successivi. La costruzione di IT-FM comporta delicati problemi di normalizzazione. Di essi ci si occuperà più avanti.

2. L'indice DITD-FM si costruisce mediante il confronto degli indici di sviluppo turistico ITD della località in esame con quello nazionale e regionale e della regione con quella della nazione.

L'operazione per la costruzione di tale indice si compone di tre stadi:

I) Nel primo si costruiscono gli indici di sviluppo turistico della nazione e della regione di cui essa fa parte

II) Nel secondo si costruisce l'indice dello sviluppo turistico della località considerata

III) Nel terzo si costruiscono i differenziali della regione di cui fa parte la località data alla nazione e della località data rispetto alla regione e alla nazione di appartenenza.

Molti indici correnti di sviluppo turistico si limitano alla analisi dei flussi di turisti, considerando il fenomeno solo dal lato della domanda. Ma è molto importante anche il lato dell'offerta, dato che questa influenza la domanda effettiva. In un luogo molto attraente, ma con una offerta scadente e inadeguata, i fattori di attrazione turistica insiti nella domanda potenziale non possono esercitare la loro influenza in modo efficace. E la domanda effettiva rimane molto al di sotto di quella potenziale, anche con una efficace sforzo pubblicitario.

L'indice FM, come si è accennato, tiene conto di questi problemi, che sono cruciali soprattutto nelle regioni in ritardo sulla media europea e si compone

di due sub indici. Quello sul lato dell'offerta TO è costituito dagli esercizi ricettivi anche come *proxy* di altri servizi importanti per il turista. Quello sul lato della domanda TF costituito dai flussi turistici. A sua volta TO si compone della media aritmetica semplice di TO_E costituito dal numero di esercizi diviso per $i \text{ km}^2$ del luogo considerato e TO_B consistente nei posti letto (Bed) divisi per la popolazione del luogo considerato. Anche TF si compone della media aritmetica semplice di due sub-sub indici ossia TF_A costituito dagli arrivi di "turisti" ossia di visitatori divisi per $i \text{ km}^2$ e T_V consistente nel numero di visitatori presenti, diviso per la popolazione. Il livello di sviluppo turistico di una nazione $N = IT_N$ si ottiene mediante la media aritmetica semplice dei sub indici e. Pertanto

$$(1) IT_N = TO_N + TV_N / 2 =$$

A loro volta i due sub indici TO_N e TF_N si compongono, ciascuno, dalla media aritmetica semplice dei due sub indici, ossia

$$(2) TO_N = (TO_{NE} + TO_{NB}) / 2$$

$$(2) \text{ bis } TF_N = (TF_{NA} + TF_{NV}) / 2$$

Per cui l'indice composito di livello turistico per la nazione N sarà

$$(3) \text{ bis } IT_N = [TO_N + TF_N / 2 + (TF_{NA} + TF_{NV}) / 2] / 2^{33}$$

Confrontando l'indice di livello turistico della Calabria IT_{RECA} con quello della Nazione Italia, IT_{IT} prima o dopo avere osservato a quello dello sviluppo

³³ L'indice di sviluppo turistico Mantovani differisce da quello Forte Mantovani perché deroga dalla regola della media aritmetica semplice per tenere conto sia della importanza maggiore che ha il numero di posti letto rispetto al numero di esercizi che di quella delle presenze rispetto agli arrivi. Infatti, sul lato dell'offerta, ha una rilevante importanza la dimensione degli esercizi turistici, ai fini della loro economicità. Sul lato della domanda è molto rilevante la distinzione fra turismo stanziale e turismo di mera visita. E in entrambi i casi è molto importante la durata della stagione turistica. Nell'Indice Mantovani il peso che si attribuisce al numero dei posti letto rispetto al numero di esercizi e alle presenze rispetto agli arrivi varia fra il 60 e il 66,6% per i posti letto e le presenze e, rispettivamente, il 40-33% per gli arrivi. Pertanto il numero degli esercizi ricettivi divisi per $i \text{ km}^2$ si moltiplica per 4 o per 3,33 e quello dei posti letto/la popolazione si moltiplica per 6 o per 6,6. Indi si divide il totale per 10. Analogamente si moltiplicano gli arrivi/ km^2 per 4 o per 3,3 e le presenze per i residenti per 6 o 6,66 indi si divide il totale per 10.

differenziale $DDIT_{RECA-IT}$ noi possiamo mettere a fuoco quali siano i ritardi e i punti di debolezza, quali i punti di forza e le opportunità della Calabria

3. La costruzione dell'indice composito di livello IT ha delicati problemi di normalizzazione delle sue 4 componenti, costituite dai 2 sub indici su lato della domanda e dell'offerta che, come si è visto, a loro volta, si articolano nei due sub-sub indici degli esercizi ricettivi e dei loro posti letto e degli arrivi e delle presenze di "visitatori" (ossia "turisti").

L'ideale, per ridurre al minimo i problemi di normalizzazione dei sub indici e sub-sub indici sarebbe quello di adottare un unico parametro per tutti gli indicatori. Ma, sfortunatamente, nel nostro caso, ciò non è possibile, perché le unità territoriali a confronto hanno differenze -rilevanti dal punto di vista turistico per la domanda e per l'offerta- sia in relazione alla loro diversa superficie espressa in km^2 e sia in relazione alla loro diversa popolazione. Un'area più estesa, in km^2 , ha bisogno di un maggior numero di esercizi ricettivi, distribuiti sul suo territorio, rispetto ad una meno estesa, per poter essere usufruita dai turisti. D'altra parte quanto più è estesa un'area territoriale, tanto più è probabile che abbia attrattori turistici di natura ambientale (marino, montano, collinare, lacustre etc.) residenziale e itinerante e anche storico-culturale. Dunque i km^2 dell'area considerata sono rilevanti sia per l'offerta che per la domanda. Ma anche la dimensione della popolazione, misurata in numero di residenti lo è. Infatti, un'unità territoriale con un numero rilevante di abitanti ha una offerta maggiore di servizi personali e, a parità di altre condizioni di infrastrutture, che possono essere al servizio dei turisti, che una disabitata. E' dunque evidente che ha una maggiore possibilità di accogliere turisti di una poco abitata e ciò influenza la domanda ma anche le esigenze di una offerta adeguata alla

domanda. Il turismo paesistico è, *coeteris paribus*, influenzato dalla dimensione della popolazione. Dunque i due parametri della superficie e della popolazione sono significativi, entrambi, sia per la domanda che per l'offerta.

Conviene, pertanto, normalizzare il numero di esercizi turistici ai km² e i loro posti letto alla popolazione residente, in quanto indice della capacità di offerta di servizi recettivi e di servizi correlati. Sul lato della domanda, per tenere conto delle due dimensioni dell'ambito territoriale considerato, simmetricamente, normalizzeremo gli arrivi ai km² e le presenze alla popolazione residente, che sono tanto maggiori quanto migliore è la capacità di offerta di servizi recettivi e di servizi correlati, che abbiamo normalizzato alla popolazione, in quanto misura il potenziale.

4. Ma tutto ciò solleva delicati problemi quantitativi di normalizzazione in rapporto ai due parametri dei km² e della popolazione residente. Di solito i residenti per km² nei paesi avanzati, a cui appartiene l'Italia, anche se con regioni e province aventi diverso grado di sviluppo, hanno, numericamente, un ordine di grandezza maggiore di 10 volte dei km² e, nel caso dell'Italia, di 100 volte. L'Italia ha poco meno di 60 milioni di abitanti (ossia 59.394.2007 abitanti) e da molti anni ne ha, comunque, più di 50 milioni, mentre i km² del territorio della Repubblica Italiana sono 302.073. L'ordine di grandezza della popolazione è di (oltre) 100 rispetto alla superficie in km². Infatti la densità della popolazione per km² è di 197 residenti per km². Quanto alla Calabria, essa -nel 2012- ha 1.950.418 abitanti su un territorio di 15.222 km². La densità dei residenti per km² è di 128 per km², il 36% in meno che l'Italia, ma sempre tale da comportare un correttore dell'ordine di grandezza di 100. Ed infine la provincia di Reggio Calabria, nel 2012, ha 550.832 abitanti su un

territorio di 3.210 km² con una densità di residenti di 172 abitanti per km², di più della media calabrese, meno di quella nazionale, il 13%. Il correttore dell'ordine di grandezza è ancora di 100 volte. La densità degli abitanti della provincia di Cosenza, che include gran parte della Sila, è di 106 residenti per km², quella della provincia di Crotona, distesa sul lato orientale della Calabria, subito sotto la provincia di Cosenza, e in parte nelle montagne della Sila, è di 98 abitanti per km². La provincia di Vibo Valentia, sul lato tirrenico della Calabria, appena sopra la provincia di Reggio è di 149 abitanti per km², mentre la finitima provincia di Catanzaro, che si estende dal Tirreno all'Adriatico, subito sotto la provincia di Cosenza, che include la omonima città, capoluogo regionale, è di 150 residenti per km². Dunque, nella nostra indagine, la normalizzazione fra i km di un dato territorio e la sua popolazione, misurata in residenti, va fatta con un correttore di 100, dobbiamo cioè considerare i residenti ogni 100 km².

5. Sul lato dell'offerta, nel nostro indice di livello turistico IT, noi abbiamo, come primo indicatore di recettività, il numero di esercizi contenenti posti letto. Esso non si compone solo di alberghi e locande (o pensioni) delle varie categorie, ma anche di agriturismi, campeggi, bed and breakfast, seconde case. Dividendolo, come noi facciamo, per il numero di km², noi indichiamo la densità dell'offerta turistica sul territorio. Per renderlo omogeneo nell'ordine di grandezza, con gli indicatori normalizzati con la popolazione, dovremo normalizzarlo a 100 km². Il successivo indicatore che adottiamo è il numero di posti letto, che varia di parecchio, in relazione alle diverse tipologie di esercizi recettivi. Mentre gli alberghi tradizionali possono avere centinaia di posti letto, gli esercizi recettivi costituiti da seconde case, generalmente, hanno pochi posti letto, non superano, ciascuno,

generalmente, i 10-20 posti letto. Anche i campeggi costituiti da roulotte o da alcune tende hanno mediamente posti letto che non superano le decine e ciò vale anche per nuove tipologie come gli alberghi diffusi, siti in dimore storiche restaurate, i bed and break fast e gran parte degli agriturismi. La normalizzazione dei posti letto rispetto agli esercizi ricettivi del loro ordine di grandezza comporta una divisione per 10 del valore dei posti letto rispetto agli esercizi ricettivi e pertanto una moltiplicazione solo di 10 del loro ordine di grandezza normalizzato alla popolazione ossia di 1 ogni 10 abitanti.

6. Passiamo ora al lato della domanda. Il primo indicatore di flussi turistici che consideriamo è dato dagli arrivi, che normalizziamo ai km^2 . Il secondo è quello delle presenze, che normalizziamo alla popolazione. Gli arrivi per km^2 si distendono per tutto l'anno e quindi la normalizzazione degli arrivi per 100 km^2 , comporta di dividerli per 365 normalizzarli ai km^2 e poi moltiplicarli per 100. Per esemplificare, in relazione alla nostra analisi, facciamo questa operazione ai fini dell'indice di livello turistico dell'Italia, della Calabria e della provincia di Reggio Calabria, quella in cui è sita l'università in cui svolgo questa lezione e di Vibo Valentia, che è quella con più arrivi e presenze di turisti, normalizzate rispettivamente ai km^2 e alla popolazione. Gli arrivi di turisti in Italia, nel 2012, sono stati 103.733.157, che divisi per 365 fanno una media di 284.200 al giorno che, divisi per 302.073 km^2 , danno luogo a 0,9408 per km^2 . Normalizzati a 100 km^2 danno luogo a 94,08 per km^2 . Per la Calabria gli arrivi di turisti, nel 2012, sono stati 1.509.337, che divisi per 365 danno 4.145 arrivi al giorno, per tutti i km^2 della regione. A loro volta questi 4.145 arrivi vanno divisi per i 15.222 km^2 della Calabria, ottenendo 0,2723 arrivi per km^2 /giorno che, normalizzati per 100 km^2 danno luogo a 27,23 per 100 km^2 . Ora consideriamo le due province di Reggio Calabria e di Vibo Valentia,

cominciando da quella di Reggio. In essa, nel 2012, gli arrivi di turisti sono stati 224.803, che divisi per 365 danno 615,90 arrivi al giorno, che divisi per i 3.200 km² della provincia danno 0,1916 arrivi per giorno per km².

Normalizzati a 100 km² si tratta di 19,16 arrivi. Infine consideriamo gli arrivi nella provincia di Vibo Valentia. Essi, nel 2012, sono 259.263 che divisi per 365 danno luogo a 710 arrivi al giorno che divisi per i 1151 km² della provincia danno 0,6169 arrivi al giorno per km². Normalizzati a 100 km² si tratta di 6,479 arrivi, che normalizzati a 10 posti letto fanno 64,79. Per la Calabria i flussi di visitatori nel 2012 sono stati

Le presenze di turisti (visitatori) le abbiamo normalizzate alla popolazione, come il numero di posti letto, per il sub indice composito dell'offerta turistica. Come per tale indice, dovremo normalizzare i visitatori a 10 per km² per 10 posti letto, onde armonizzarle con il dato dell'offerta di posti letto rispetto al numero di esercizi recettivi per km². Si può forse obiettare che nella media aritmetica semplice per la costruzione dell'indice composito così c'è una tendenza alla sopravvalutazione delle presenze e dei posti letto rispetto al numero di imprese per 100 km². Ma ciò non è, a ben guardare, un difetto dal punto di vista economico, perché mette in luce il lato positivo della maggiore efficienza di uno uso ampio della capacità produttiva.

Anche per la costruzione dell'indice delle presenze facciamo i cinque esempi dell'Italia, della regione Calabria, della provincia di Reggio Calabria e di quella di Vibo Valentia. In Italia, nel 2012, i flussi di turisti presenti sono state di 380.711.438. Su 59.394.207 residenti si tratta di 6,41 visitatori che normalizzati su 10 volte danno 64,1 presenze. In Calabria, invece, nel 2012, ci sono stati 6.358.186 visitatori che, divisi per i 1950.416 residenti danno 4,27 visitatori per residente che normalizzati a 10 danno 42,7 presenze. Nella provincia di Reggio Calabria nel 2012 ci sono stati 731.306 visitatori che, sui

550.832 residenti, danno luogo a 1,33 presenze per abitante, che normalizzati a 10 volte comportano di 13,3 presenze. Il dato del 2012 di Vibo Valentia, la provincia di maggior livello turistico della Calabria invece è di ben 130 presenze, dovuto al fatto che nel 2012 ci sono stati 2.154.703 visitatori su 163.216 abitanti.

Dai 4 sub sub indici elementari così normalizzati, facendo la media aritmetica degli addendi, si può passare ai 2 sub indici composti normalizzati dell'offerta e della domanda e a quello composto normalizzato di livello turistico dell'ambito territoriale considerato

7. I problemi di arbitrarietà insiti nella costruzione negli indici composti mediante medie aritmetiche semplici si attenuano quando dalla somma dei valori assoluti si passa alla somma delle variazioni da un periodo all'altro che sono tutte percentuali, quindi tutte hanno lo stesso ordine di grandezza. Così non ci sono problemi di normalizzazione dei diversi parametri ed ordini di grandezza quando si costruisce l'indice composto di sviluppo turistico dell'ambito territoriale considerato, ad esempio la nazione, che è dato dalla percentuale di variazione dell'indice di livello del periodo considerato, ad esempio l'anno Nt' (ad esempio il 2012) , rispetto a un anno iniziale Nt , (ad esempio l'anno 1999) come nella (4).

$$(4) ITD_{Nt'} = IT_{Nt'} / IT_{Nt}$$

Analogamente, per esaminare la dinamica dello sviluppo turistico di ogni sub indice di TO e di TF onde determinare la dinamica complessiva di ITD della una località data (nel nostro caso, ora, la nazione N ossia ITD_N) occorrerà dividere il livello $IT_{Nt'}$ nell'anno in considerazione t' (esempio il 2012) di ogni sub indice considerato rispetto al suo livello nell'anno base

IT_{Nt} farne la media con gli altri indici , onde arrivare all'indice composito
ossia,

$$(5)TOD_{Nt'}=TO_{Nt'}/TO_{Nt}, =[TOD_{NEt'}+TOD_{NBt'}] /2$$

$$=[(TO_{NEt'}/TO_{NEt}) + (TO_{NBt'}/TO_{NEt})] /2$$

Nello stesso modo si procederà per la regione RE e per la provincia P
considerata

Il successivo passaggio consiste nell'*indice differenziale* di livello turistico
d'una Regione DIT_{RE} o una provincia DIT_P rispetto ad un ambito territoriale di
cui fa parte: occorre dividere l'indice di livello turistico $IT_{REt'}$ della Regione
considerata in t'per quello della Nazione $IT_{Nt'}$ di cui fa parte

$$DIT_{Rt'}= IT_{Rt'}/IT_{Nt'}$$

Analogamente quello di P = $DIT_{Pt'}$ -rispetto alla Nazione- sarà

$$DIT_{Pt'} = IT_{Pt'}/IT_{Nt}$$

E-rispetto alla Regione- sarà

$$DIT_{Pt'} = IT_{Pt'}/IT_{REt}$$

Infine l'indice Differenziale di livello DIT di una Regione RE= $DIT_{REt'}$ rispetto
alla nazione N sarà $DIT_{REt'}=IT_{REt'}/ IT_{Nt}$; mentre quello della provincia P
rispetto ad N e ad RE£ sarà rispettivamente

$$DIT_{Pt'}=IT_{Pt'}/ IT_{Nt'}$$

$$DIT_{Pt'}=IT_{Pt'}/ IT_{REt'}$$

8.La scelta di adottare entrambi gli indicatori derivante dalla dimensione
dell'unità territoriale considerata, quello in termini di superficie e quello
della sua popolazione, cioè del suo grado di sviluppo demografico
corrisponde ad esigenze di omogeneizzazione fra i due sub indici di domanda

e offerta. Ma si potrebbe adottare un altro punto di vista, quello della omogeneizzazione fra i due sub-indici che compongono ciascuno dei sub indici. In tal caso sembra preferibile adottare i km² per il sub indice relativo all'offerta, dato che la densità territoriale degli esercizi recettivi ha una sua logica, per consentire l'accoglienza al turista nella fruizione delle diverse parti del territorio. E normalizzare i posti letto ai km² implica di misurare la densità di unità di offerta di base sul territorio non solo in termini di numero, ma anche di loro dimensione unitaria media.

La normalizzazione alla popolazione, allora, la si farà in termini di popolazione, quale indice complessivo delle opportunità del turista di avvalersi dei servizi locali. Ma un confronto fra questo diverso costruito dell'indice di livello turistico di porterebbe fuori dall'ambito di questa lezione.

9. Ora possiamo concludere questa parte della lezione osservando e commentando alcune Tavole che raccolgono i dati di cui abbiamo discusso, in modo più dettagliato.

TAVOLA 1

ITALIA DATI DI BASE DELLA DOMANDA E DELL' OFFERTA TURISTICA
1990 e 1999 E DELLA SERIE 1999-2012

ANNO	ESERCIZI RICETTIVI				FLUSSI DI VISITATORI			
	Tutti		Posti letto		Arrivi		Presenze	
	Numero §	E	Numero §	B	Tot *	A	Tot*	V
1990	61.573	20,38	3.260.898	57,5	59.057.446	195,5	252.216.039	445

1999	69.197	22,91	3.623.891	63,7	74.320.938	246,0	308.314.729	542
2000	117.219	38,80	3.909.998	68,7	80.031.637	264,9	338.885.143	595
2001	128.281	42,47	4.024.330	70,7	81.773.368	270,7	350.323.133	615
2002	113.715	37,64	4.099.585	71,9	82.030.312	271,6	345.247.050	606
2003	113.344	37,52	4.158.621	72,8	82.724.652	273,9	344.413.317	603
2004	114.527	37,91	4.205.577	73,1	85.956.568	284,6	345.616.227	601
2005	129.936	43,01	4.350.533	75,2	88.338.564	292,4	355.255.172	614
2006	134.707	44,59	4.498.910	77,5	93.044.399	308,0	366.764.778	632
2007	131.049	43,38	4.485.581	77,0	96.150.083	318,3	376.641.751	647
2008	140.263	46,43	4.649.050	79,3	95.546.086	316,3	373.666.712	637
2009	145.430	48,14	4.600.359	78,0	95.499.801	316,1	370.762.377	628
2010	150.315	49,76	4.698.852	79,4	98.813.845	327,1	375.542.550	634
2011	153.723	50,89	4.742.064	79,9	103.723.869	343,4	386.894.732	652
2012	157.228	52,05	4.762.601	80,2	103.733.157	343,4	380.711.483	641

NB . Gli esercizi ricettivi vanno normalizzati a 100 km² i posti letto sono normalizzati al dieci volte anziché 100 volte il dato grezzo della entità della popolazione Gli arrivi sono normalizzati sui km². Le presenze vanno normalizzate alla loro densità standard per posto letto che è di 100 volte .

Ed ora che abbiamo esposto i dati di base, con la loro normalizzazione passiamo all'indice di sviluppo turistico composito nazionale con 1990 e 1999 eguali a 100 e la serie annuale 1999-2012

TAVOLA 2

ITALIA INDICE DI SVILUPPO TURISTICO ITALIA

1990=100 E 1999=100

ANNO	TO			TF			TD
	TO _E	TO _B		TF _E	TF _B		
1990	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
1995	112,38	110,71	111,55	125,85	121,78	123,81	117,68
1999	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
2000	169,40	107,87	138,63	107,68	109,89	108,79	123,71
2001	185,39	110,95	148,17	110,03	113,52	111,77	129,97
2002	164,34	112,97	138,65	110,37	111,82	111,10	124,88
2003	163,80	114,31	139,05	111,31	111,28	111,29	125,17
2004	165,51	114,87	140,19	115,66	110,95	113,31	126,75
2005	187,78	118,05	152,91	118,86	113,30	116,08	134,50
2006	194,67	121,68	158,17	125,19	116,59	120,89	139,53
2007	189,39	120,98	155,18	129,37	119,40	124,39	139,79

2007	202,70	124,47	163,59	128,56	117,59	123,08	143,33
2009	210,17	122,45	166,31	128,50	115,99	122,24	144,28
2010	217,23	124,67	170,95	132,96	117,11	125,03	147,99
2011	222,15	125,44	173,80	139,56	120,30	129,93	151,86
2012	227,22	125,92	176,57	139,57	118,31	128,94	152,76

Lo sviluppo turistico della Calabria con base 1999 nel complesso risulta un po' maggiore di quello medio nazionale. E la provincia di Reggio Calabria ha un indice globale un po' maggiore di quello medio regionale. Ma questa dinamica differenziale positiva dipende essenzialmente dall'aumento delle presenze, mentre il numero di visitatori non cresce più di quello medio nazionale. Deludente l'incremento di posti letto, a fronte di un aumento del numero di imprese turistiche superiore alla media nazionale e particolarmente elevato in provincia di Reggio Calabria.

TAVOLA 3 INDICE DI SVILUPPO TURISTICO DELL'ITALIA, DELLA CALABRIA, DI REGGIO CALABRIA nel 2012 CON BASE 1999

LOCALITÀ	IMPRESE/ 100 KM ²	POSTI LETTO/ RESIDENTI	INDICE OFFERTA	ARRIVI /100 KM ²	VSITATORI/ RESIDENTI	INDICE DOMANDA	INDICE DI SVILUPPO TURISTICO
ITALIA	227,22	125,92	176,57	139,57	118,31	128,94	157,76
CALABRIA	278,8	109,07	194,48	142,30	139,32	140,81	167,64
REGGIO CALABRIA	403,65	72,84	238,24	140,66	172,29	156,47	197.63

Sia sul lato dell'offerta che sul lato della domanda il turismo in Calabria è molto meno sviluppato che nella media nazionale. Considerando che la Calabria è una regione ricca di attrattori turistici, il distacco rispetto alla media nazionale è particolarmente significativo. Va anche aggiunto che il divario si attenua con

riguardo alle presenze di visitatori. Ciò indica che la carenza è maggiore per il turismo di breve durata, rispetto a quello residenziale. In particolare, poi, emerge che la provincia di Reggio Calabria ha dati inferiori alla media regionale, in particolare per i posto letto e per le presenze di visitatori. Ciò dà la sensazione che il turismo della provincia di Reggio Calabria sia, in larga misura, un turismo di transito verso altre destinazioni e un turismo connesso alla esistenza di centri amministrativi pubblici e di istruzione

TAVOLA 4 INDICE DEL LIVELLO TURISTICO DELLA CALABRIA E DELLA PROVINCIA DI REGGIO CALABRIA NEL 2012 RISPETTO ALLA MEDIA ITALIANA

LOCALITA	Imprese/ 100m ²	Posti letto/ Residenti	Arrivi/100km ²	Visitatori/ Residenti
ITALIA	52,05	80,2	94,08	64,1
CALABRIA	18,00	99,6	27,23	42,7
REGGIO CALABRIA	17,23	35,2	19,16	13,3
VIBO VALENTIA	38,15	23,7	130,0	64,78

Dalla analisi dei dati riguardanti la situazione attuale (al 2012) risulta evidente che occorre una politica attiva di valorizzazione degli attrattori turistici della Calabria e, in particolare, dell'area della provincia di Reggio Calabria.

Fra di essi emergono i beni culturali che riguardano la storia e le leggende dell'antico passato, immortalate in grandi poemi e in grandi opere d'arte, i beni ambientali a cui questi eventi e personaggi si riferiscono, l'eno-gastronomia che riguarda questi territori.

CAPITOLO IV

COME RACCORDARE GLI ITINERARI ENO GASTRONOMICI AI BENI CULTURALI

1. I vini sono un bene culturale che riconduce all'ambiente in cui nascono e alla storia della comunità che li ha creati e che attualmente li produce.

Ci sono 8 vini calabresi DOC

1. Bivongi,

2. Cirò ,

3. Greco Bianco ,

4. Lamezia,

5. Melisa,

6. Sant'Anna di Capo Rizzuto,

7. Pollino,

8. Terre di Cosenza che include:

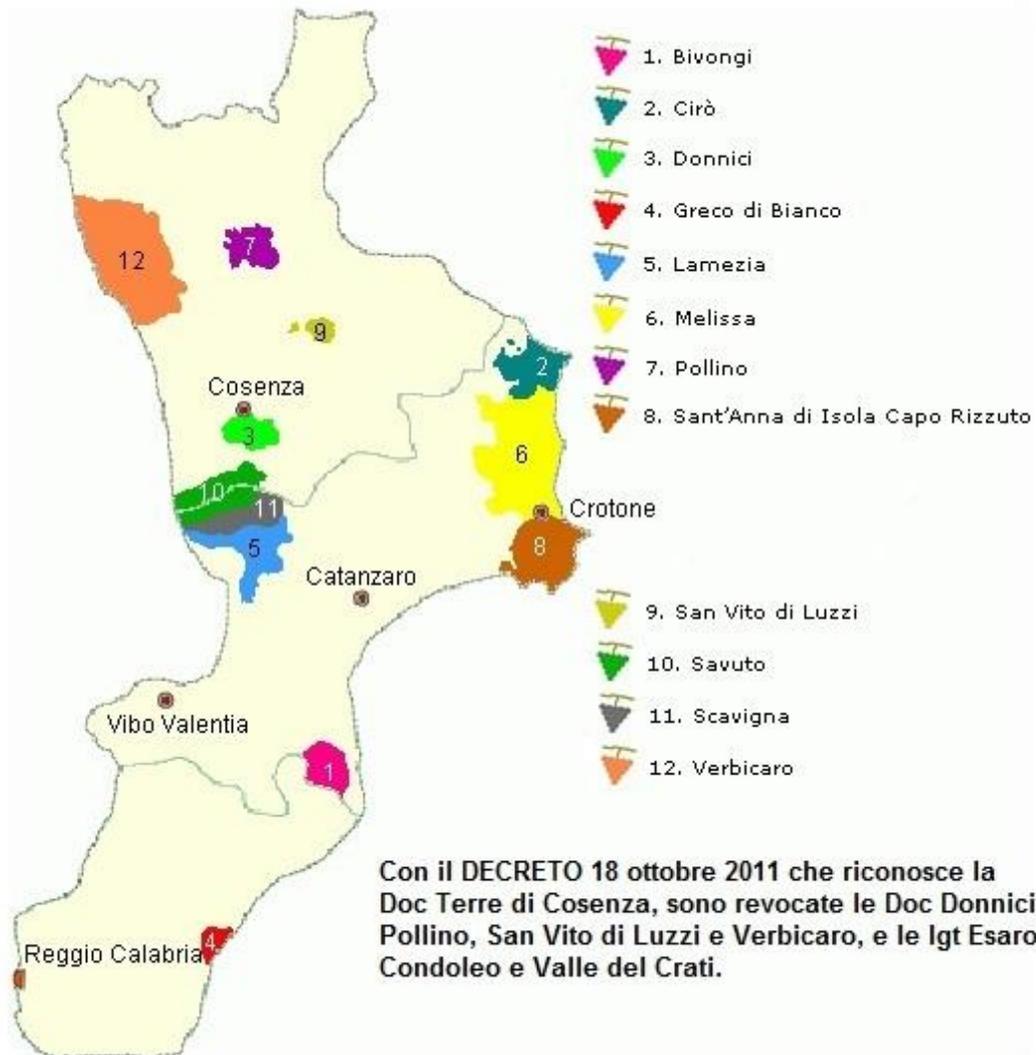
I. San Vito di Luzzi,

II. Savuto,

III. Scavigno ,

IV. Cervicone.

FIGURA 1



Ciascuno può essere oggetto di un itinerario per essere ricondotto al luogo di origine, con la sua geografia, i fiumi, il mare, le colline, le piante, le erbe, gli animali, gli uccelli, i pesci, il paesaggio urbano, le vicende storiche, le etnie, le leggende, i santi, le feste locali, con itinerari nelle 5 province della Calabria in unione a piatti tipici con cibi genuini locali e shopping.

A) Reggio Calabria: Greco di Bianco, Bivongi,

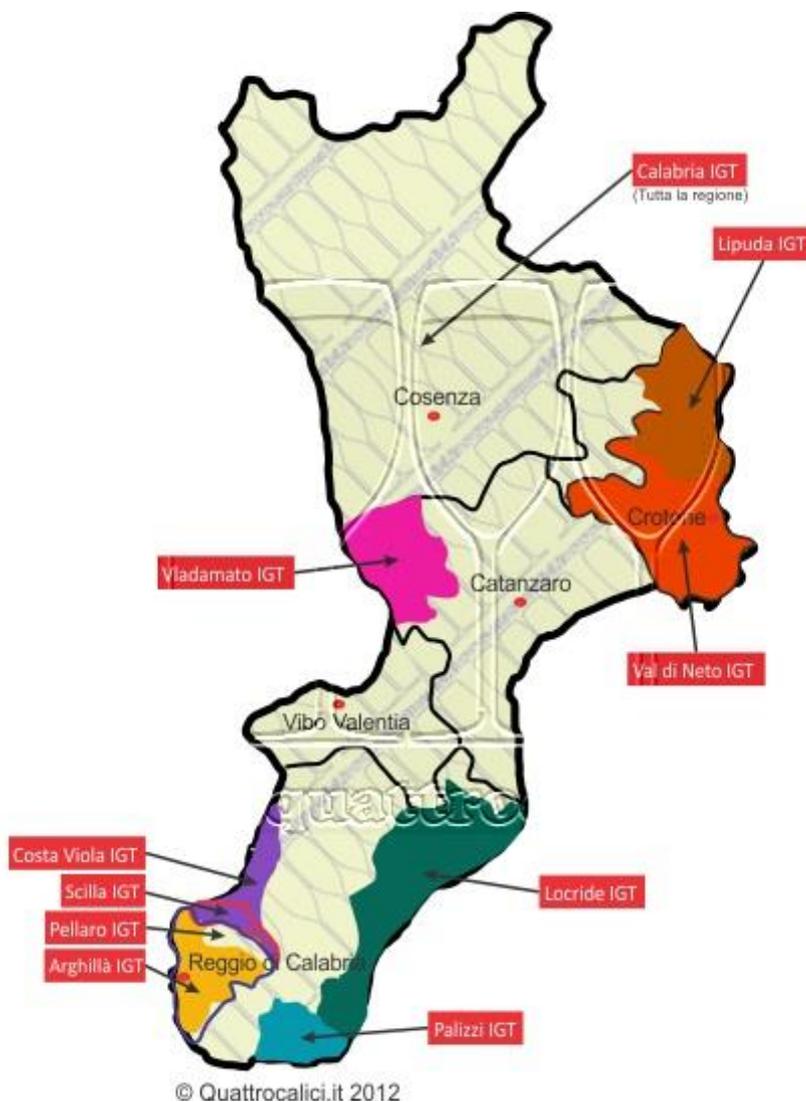
B) Catanzaro: Savuto, Scavigna, Lamezia, Sant'Anna, Bivongi,

C) Crotona: Cirò, Sant'Anna, Melissa,

- D) Cosenza: Donnici, Pollino, Savuto, San Vito, Cervicone e
- E) Vibo Valentia: Bivongi,

2. I vini IGT spesso non sono da meno dei DOC, perché sebbene di vitigni con origini meno nobili e certe, possono essere sviluppati con uve selezionate di terreni appropriati, con tecnologie esperte e ibridazioni intelligenti di uvaggi creando prodotti nuovi, con nuovi aromi, sapori, caratteri organolettici e fattori psicologici e culturali che riguardano i luoghi da cui derivano, che si associano, nella memoria del consumatore con il prodotto.

FIGURA 2



Ciò vale particolarmente in Calabria per i vini IGT che sono:

1. Archillà,
2. Calabria ,
3. Condole,
4. Costa Viola,
5. Esaro,
6. Lipuda
7. Locride ,
8. Palizzi,
9. Pellaro,
10. Scilla,
11. Val di Neto ,
12. Val Damato.

Tre questi vini, (Archillà, Pellaro, Scilla giustificano un itinerario eno - gastronomico e geografico e paesistico nell'area della Costa viola ,da Reggio e Scilla e verso l'Aspromonte, uno (Costa Viola) può accompagnare un itinerario geografico-archeologico e di cultura e storia moderna calabrese (Museo Répaci)e musica (Cilea) fra Scilla e Palmi. Il Locride e il Palizzi assieme al Greco Bianco e al Bivongi ci accompagnano in un itinerario della Locride nella Magna Grecia e nella storia e nell'economia romana, medievale , moderna, contemporanea , mentre il Val DI Neto e il Lipuda fanno parte assieme al Cirò, al Sant'Anna e al Melisa fanno parte dell'itinerario eno-pitagorico del Crotonese ove ci fu la scuola di Pitagora , che inventò la coppa omonima basata sul principio dei vasi comunicanti .

Infine il Val D'Amato ci accompagna nell'area di Lamezia assieme a una trilogia di vini DOC . E il Calabria ci riporta nella Sila assieme al Pollino.

3. Cominciamo i nostri itinerari eno-culturali calabresi con il vino Bivongi, che prende il nome dalla cittadina di Bivongi.

FIGURA 3



La storia di Bivongi inizia nel 1000 ed è legata al convento degli Apostoli (oggi gestito dall'Associazione culturale italo greca calabresi e greci nel mondo "MNHMH-MEMORIA"), grangia del monastero greco dell'Arsafia (i ruderi sono nel comune di Monasterace, sul fiume Stilaro). Nel mare di questo luogo sono stati ritrovati I Bronzi di Riace

Dopo 900 anni il Monastero di San Giovanni – santo vissuto nella prima metà del XI secolo, detto Therestis (mietitore) per un miracolo relativo alla mietitura, in zona Marone di Monasterace-, è ridivenuto sede di monaci greco-ortodossi esicasti del monte Athos, che s'erano allontanati per lo scisma del 1054.

FIGURA 4



Il monastero fu molto importante con una scuola di amanuensi e una biblioteca con 820 volumi. Possedeva molte rendite perché in Calabria non valeva il diritto bizantino di divieto ai monasteri di possedere immobili. Il vino Bivongi ha origine anche nelle tenute del Monastero, (che ha dato il nome al comune)

4 Il vino Savuto ci conduce a un itinerario ecologico a rischio ambientale dalla Sila al mare, ricco di storia antica. A 1.260 sulle pendici occidentali della Sila nasce il fiume Savuto, per i greci Ocinarus, per i romani Sabbatus. Origina a Spineto (Aprigliano) e dopo 45 km si tuffa nel Tirreno Campora San Giovanni. E' alimentato da un gran numero di torrenti, tra cui il Carviello, il Tarsitano, il Mentano e il Cannavino. Era utilizzato dai romani per trasportare a valle la legna tagliata in montagna E' traversato da ponti di epoche antiche: lo "Alli Fratti", lungo 22 metri pare si regga su una costruzione romana, il Gallizzano, fu edificato dai normanni, il ponte di Annibale, creato dai romani nel 206 a.C. per servire la via Popilia, distrutto per tagliare la fuga ad Annibale, da lui ricostruito per il transito del sue truppe. Il bacino del Savuto racchiude flora e fauna variabili a degradare al mare: pino silano, abete, faggio castagno, pioppo, ontano, rovere, quercia, ulivo.

Oltre a tante piante da frutto, abbondano le piante e gli arbusti selvatici: l'Erica meridionale, la ginestra, il biancospino, il corbezzolo. Nelle zone intermedie i vigneti, più abbondanti un tempo, danno il Savuto. Nella fauna: il lupo, il capriolo, il cinghiale, la volpe, il tasso, la lepre, il gatto selvatico, lo scoiattolo nero, la vipera, la donnola, la faina, il riccio, il ghio (gli isticci, le lontre e le martore sono scomparsi negli ultimi venti anni). Tra gli uccelli: la poiana, il falco reale, il gufo reale, il corvo imperiale, la cornacchia, il falco libratore, la civetta, il barbagianni, la ghiandaia, la gazza, il colombaccio, il picchio, l'upupa, la starna, la coturnice, il merlo.

FIGURA 5



Le acque fresche, un tempo abbondanti e pulite *erano* ricche di pesci. C'erano le trote, l'anguilla, il pesce reale, il cefalo, il capitone, i granchi.

6. Se il vino si presta agli itinerari turistici, data la sua origine geografica e date le intrinseche caratteristiche culturali che oramai esso ha, altrettanto vale per alcuni prodotti tipici, per i quali il fattore culturale "geografico" è un

importante, per altro non tanto di origine simbolica, quanto e soprattutto di origine etnologica. Qui è importante una cultura e una conoscenza di scienze agrarie. Vale ciò in particolare per il suino. La razza Suino Nero di Calabria o Apulo calabrese appartiene al gruppo delle razze suine autoctone italiane . La morfologia è quella tipica del suino iberico-mediterraneo con profilo fronto-nasale rettilineo e orecchie rivolte in avanti a coprire gli occhi, con mantello nero con setole nere abbondanti. Appare probabile che le razze del ceppo iberico e del ceppo celtico influirono nella creazione del Nero di Calabria, soprattutto con la nascita di intensi scambi commerciali con Portogallo, Inghilterra e Francia. Più recentemente avrebbe lasciato una influenza anche la razza inglese Large Black. A seconda delle località in cui era allevata, la razza assumeva differenti nomenclature: riggitana, oriolese, catanzarese, cosentina, ecc. L'influenza ambientale, l'orientamento produttivo e il management hanno poi influito sulle aziende agricole calabresi che ingrassavano i maiali con i sottoprodotti provenienti dai coltivi, portandoli al peso di 160-180 kg, per macellarli. La loro carne veniva conservata per molto tempo e ricoperta di grasso . Caratteristiche salienti della razza sono l'adattamento al pascolo, per un allevamento brado, la vigoria sessuale del verro ed le attitudini materne della scrofa, che però è poco fertile (4, 5 nati) .

Agli inizi degli anni '80 la razza suina "Nero Calabrese" godeva di grande apprezzamento a livello locale, anche se sul piano nazionale era poco nota . Nel corso del XX secolo, l'entusiasmo per le performance produttive delle razze migliorate e la loro massiccia importazione, hanno causato la perdita di interesse da parte dei suinicoltori per i maiali autoctoni. Negli anni '80 il maiale nero di Calabria emerge dall'oblio La razza del suino nero di Calabria, abbandonata dai suinicoltori calabresi, si è salvata per merito

dell'ARSSA, , azienda regionale per lo sviluppo agricolo, g(ex Opera Valorizzazione Sila) che aveva conservato pochi capi in una struttura ad Acri (Cosenza).Successivamente entra nel catalogo ufficiale delle razze autoctone italiane, con il D.M. n. 20871 del 6 marzo 2001 l' istituzione del Registro Anagrafico Nazionale a causa della consistenza estremamente ridotta, il suino Nero Calabrese fu dichiarato razza a protezione speciale, a rischio d'estinzione. Una non trascurabile quantità di capi del suino nero calabrese fu sempre presente nella zona di Polsi (Aspromonte)dove tuttora è allevato al pascolo libero e si ciba in prevalenza di ghiande e castagne. Attualmente la razza del suino nero di Calabria sta avendo una ripresa, seppure lenta, grazie ad alcune piccole aziende di allevamento e calabresi, per lo più a conduzione familiare, con relativa produzione dei suoi pregiati insaccati. Ciò che ha reso famosa la soppressata di Calabria e la 'nduja di Spilinga (VV), un particolarissimo tipo di salame morbido-spalmabile e molto piccante è che questi animali hanno una carne magra, ottima per tutti gli insaccati. Considerato il pregio del suino iberico e dei suoi insaccati vi è un ampio ruolo per lo sviluppo di queste produzioni, che, inoltre, possono svolgere il ruolo di attrattore turistico in itinerari eno-gastronomici nella Sila e nell'Aspromonte, assieme a funghi ,miele, frutti di bosco , selvaggina

FIGURA 6



Immagine assemblata nel blog <http://calabriatipica80.altervista.org/>

La gastronomia calabrese mediterranea è un prodotto culturale che fa parte della nostra civiltà. Ma la cipolla di Tropea, il peperoncino e la liquerizia, che sono prodotti tipici calabresi protetti e reputati, non bastano per costruire un menù turistico “tipico”, che accompagni i vini e funga da attrattore turistico enogastronomico. Oltre a rivalutare il suino autoctono occorre operare su altre produzioni tipiche agro alimentari calabresi genuine, da lanciare come attrattori turistici.

7. Le opportunità e le difficoltà per il turismo itinerante in una regione come la Calabria

Il mondo contemporaneo è caratterizzato da una crescente domanda di servizi turistici collegata alla crescita dei redditi medi mondiali, ma anche da una grande offerta di opportunità turistiche.

Il turismo itinerante per la Calabria può essere uno strumento di sviluppo turistico molto importante perché la Calabria dispone, potenzialmente, di

molti itinerari validi di natura ambientale, di natura culturale archeologica, di natura storico-culturale (i castelli, il brigantaggio, Murat), di natura poetica-letteraria (itinerari omerici), di natura religiosa, di natura enogastronomica, di turismo sportivo (di montagna, nautico, subacqueo). Ma ci sono carenze logistiche e forse ancora di più di marketing. Ciò non solo nella creazione dell'immagine e nella comunicazione, ma anche nello shopping che fa parte integrante del turismo itinerante

Non si può immaginare che il turismo si sviluppi solo perché si sono realizzati dei progetti interessanti, se questi non sono accessibili dal punto di vista

I) dell'informazione diffusa appropriata nazionale e internazionale

II) della logistica del viaggio per andare e tornare dall'area turistica considerata

III) della logistica della mobilità interna a tale area e di comunicazione di essa con il suo esterno

IV) dell'evoluzione della ricettività

V) dello sviluppo della fruizione degli attrattori turistici

VI) dei servizi sanitari e di comfort del turista

Il turismo itinerante endogeno circuitale o stellare soprattutto quando non si tratta di tour organizzati da compagnie di viaggi turistici, ma di percorsi suggeriti al turista, comporta una struttura molto complessa di offerta, nel luogo di inizio dell'itinerario, di arrivo e nelle tappe intermedie sia per la logistica, che per la ricettività, che per la comunicazione e lo shopping, che deve poter accompagnare il viaggio. D'altra parte, come si è già osservato, ma giova ripeterlo, la lontananza della Calabria dai luoghi ove si forma la domanda turistica riduce la convenienza di questa forma di turismo, per le vacanze brevi. E' pertanto meglio puntare sul turismo itinerante esogeno stellare o circuitale, da località ove il turista si trova in villeggiatura, che in

Calabria offre particolari opportunità: turismo marino e montano con stagioni lunghe in ampi spazi. Ma spesso ci sono situazioni di degrado urbanistico e dell'ambiente e dei servizi pubblici cui occorre porre maggiore attenzione da parte della comunità. Ci sono anche problemi per la modernizzazione dell'offerta e la sua internazionalizzazione.

8. Il turismo itinerante ha bisogno di immaginazione e sentimento, così è nato quello religioso e quello culturale di elite. Ma attualmente la domanda è di massa e spetta all'offerta creare l'immagine in cui si può inserire il viaggiatore, col suo sentire di persona comune, inaridita dalla realtà quotidiana della civiltà di massa. E qui entra in gioco la creatività di architetti, economisti dei beni culturali e immateriali, esperti di media, storici e scrittori. Il filone che a ciò meglio si presta è quello combinatorio, che pone insieme itinerari di natura diversa, es. culturali ed enogastronomici pensati per diversi tipi di turisti con diverse preferenze: giovani studenti, persone che lavorano o anziani in pensione per famiglie con bambini. Alcuni nomi emblematici di possibili itinerari possono evocare ciò che intendo: Ulissino, l'avventura di Murat, Gargantua nei castelli, il viaggio dei bronzi di Riace, coi briganti dell'Aspromonte, il treno da Reggio Calabria a Gerace, nella Sila in visita a San Giovanni in Fiore.

PARTE TERZA

I BENI IMMOBILI DELL'EREDITA' CULTURALE E IL REGIME FISCALE DEL LORO
VALORE DI USO E DI ESISTENZA

CAPITOLO V-
I BENI IMMOBILI DELL'EREDITÀ CULTURALI NELLA TASSAZIONE DEL LORO
VALORE DI USO

SEZIONE I
I BENI IMMOBILI DELL'EREDITA' CULTURALE COME BENI CULTURALI
SOTTOPOSTI A VINCOLO PUBBLICO

1. Un tempo i beni culturali erano una categoria ristretta. Attualmente, come si è visto nel I Capitolo, essi sono una categoria sempre più ampia. I beni culturali privati e pubblici, in Italia, per i fini della politica culturale nazionale ³⁴sono definiti dall'articolo 10 comma 1 del Codice dei beni culturali e del paesaggio (D.Lgs. 22 .1. 2004, n. 22,) genericamente come "cose immobili e mobili appartenenti allo Stato, alle regioni, agli altri enti pubblici territoriali, nonché ad ogni altro ente ed istituto pubblico e a persone giuridiche private senza fine di lucro, che presentano interesse artistico, storico, archeologico o etnoantropologico". A questo già vasto elenco, la cui specifica attuazione ha una natura molto discrezionale, il Codice dei beni culturali aggiunge un elenco ancora più lungo e discrezionale, nei commi successivi.

"2.Sono inoltre beni culturali:

- a) le raccolte di musei, pinacoteche, gallerie e altri luoghi espositivi dello Stato, delle regioni, degli altri enti pubblici territoriali, nonché di ogni altro ente ed istituto pubblico;
- b) gli archivi e i singoli documenti dello Stato, delle regioni, degli altri enti pubblici territoriali, nonché di ogni altro ente ed istituto pubblico;
- c) le raccolte librerie delle biblioteche dello Stato, delle regioni, degli altri

³⁴ Per una esposizione dei diversi criteri per la determinazione della categoria dei beni culturali artistici cfr. M. Mantovani, (2008), Lezioni di economia pubblica dei beni culturali ,Torino , Giappichelli , Parte II

enti pubblici territoriali, nonché di ogni altro ente e istituto pubblico, ad eccezione delle raccolte delle biblioteche indicate all'articolo 47, comma 2, del decreto del Presidente della Repubblica 24 luglio 1977, n. 616, e di quelle ad esse assimilabili”.

Sin qui l’elenco contiene la ricognizione dei beni culturali che rientravano in precedenza fra quelli pubblici o del terzo settore sottoposti a controllo pubblico. Ma ci sono anche molti altri beni che, nel passato, non rientravano fra quelli censiti come beni culturali oggetto di tutela, o perché recenti o solo di recente individuati o “scoperti” (ad esempio con gli scavi archeologici o ritrovati in cantine abbandonate) o perché appartenenti a tipologie che in precedenza non si riteneva avessero rilevanza culturale. Ed ecco, così, il comma 3 dell’articolo 10 del Codice dei beni culturali, che contiene un altro elenco di beni “potenzialmente culturali” ed il comma 4 che lo integra e quello 5 che lo delimita. Il comma 3 recita:

“3. Sono altresì beni culturali, quando sia intervenuta la dichiarazione prevista dall’Articolo 13:

- a) le cose immobili e mobili che presentano interesse artistico, storico, archeologico o etnoantropologico particolarmente importante, appartenenti a soggetti diversi da quelli indicati al comma 1;
- b) gli archivi e i singoli documenti, appartenenti a privati, che rivestono interesse storico particolarmente importante;
- c) le raccolte librerie, appartenenti a privati, di eccezionale interesse culturale;
- d) le cose immobili e mobili, a chiunque appartenenti, che rivestono un interesse particolarmente importante a causa del loro riferimento con la storia politica, militare, della letteratura, dell’arte e della cultura in genere, ovvero quali testimonianze dell’identità e della storia delle istituzioni

pubbliche, collettive o religiose;

e) le collezioni o serie di oggetti, a chiunque appartenenti, che, per tradizione, fama e particolari caratteristiche ambientali, ovvero per rilevanza artistica, storica, archeologica, numismatica o etnoantropologica, rivestono come complesso un eccezionale interesse[*artistico o storico*].

Il comma 4, poi, attua una ulteriore estensione della nozione di bene culturale bisognoso di tutela:

“4. Sono comprese tra le cose indicate al comma 1 e al comma 3, lettera a):

a) le cose che interessano la paleontologia, la preistoria e le primitive civiltà;

b) le cose di interesse numismatico che, in rapporto all'epoca, alle tecniche e ai materiali di produzione, nonché al contesto di riferimento, abbiano carattere di rarità o di pregio, anche storico;

c) i manoscritti, gli autografi, i carteggi, gli incunaboli, nonché i libri, le stampe e le incisioni, con relative matrici, aventi carattere di rarità e di pregio;

d) le carte geografiche e gli spartiti musicali aventi carattere di rarità e di pregio;

e) le fotografie, con relativi negativi e matrici, le pellicole cinematografiche ed i supporti audiovisivi in genere, aventi carattere di rarità e di pregio;

f) le ville, i parchi e i giardini che abbiano interesse artistico o storico;

g) le pubbliche piazze, vie, strade e altri spazi aperti urbani di interesse artistico o storico;

h) i siti minerari di interesse storico od etnoantropologico;

i) le navi e i galleggianti aventi interesse artistico, storico od etnoantropologico;

l) le architetture rurali aventi interesse storico od etnoantropologico quali testimonianze dell'economia rurale tradizionale”.

Il comma 5 risolve il problema temporale che riguarda i beni culturali creati da soggetti viventi e quelli di recente creazione, anche di artisti e autori defunti o non riconducibili a un autore specifico, come, tipicamente, gran parte dei beni immobili e storici.

“5. Salvo quanto disposto dagli articoli 64 e 178, non sono soggette alla disciplina del presente Titolo le cose indicate al comma 1 che siano opera di autore vivente o la cui esecuzione non risalga ad oltre cinquanta anni, se mobili, o ad oltre settanta anni, se immobili, nonché le cose indicate al comma 3, lettere a) ed e), che siano opera di autore vivente o la cui esecuzione non risalga ad oltre cinquanta anni”.

Come si nota, per le opere di autori viventi o la cui esecuzione sia degli ultimi 50 anni e per gli immobili che non abbiano almeno 70 anni non si adottano le procedure di vincolo che ne generano la protezione come beni culturali.

2. La determinazione -da parte degli uffici del Ministero dei beni culturali, ossia soprattutto le Sopra Intendenze per i beni archeologici, quelle per i beni architettonici e paesaggistici e quelle per i beni storici, artistici ed etno-antropologici dei vari distretti regionali e sub regionali- del fatto che un dato bene immobile o mobile di cui all'articolo 10, commi 3 -5 con debba far parte dei beni culturali genera per esso un vincolo di bene culturale, che gli viene applicato con un atto amministrativo che viene “notificato” al proprietario³⁵.

³⁵ Cfr articolo 14 del Codice dei beni culturali:” Su motivata richiesta della regione e di ogni altro ente territoriale interessato, dandone comunicazione al proprietario, possessore o detentore a qualsiasi Titolo della cosa che ne forma oggetto.

2. La comunicazione contiene gli elementi di identificazione e di valutazione della cosa risultanti dalle prime indagini, l'indicazione degli effetti previsti dal comma 4, nonché l'indicazione del termine, comunque non inferiore a trenta giorni, per la presentazione di eventuali osservazioni.

3. Se il procedimento riguarda complessi immobiliari, la comunicazione è inviata anche al comune e alla città metropolitana.

4.

Per gli immobili privati la notifica che contiene il vincolo viene trascritta nei registri che li riguardano. Da essa conseguono una serie di obblighi per il proprietario, sia per l'utilizzo e la conservazione del bene, come il restauro e gli altri interventi edilizi, che il suo trasferimento a titolo oneroso o gratuito fra soggetti esistenti e quello per successione. Questi eventi comportano per il proprietario (usufruttuario) l'obbligo di comunicazione all'autorità di vigilanza. Generalmente l'interlocutore del proprietario è la Soprintendenza dei beni culturali. Va però osservato che per molti immobili la notifica è stata fatta nel passato, anche un secolo fa (e più) e spesso il suo oggetto non è affatto chiaro:

- a) perché la notifica spesso era generica e comunque non descriveva l'immobile, nel suo stato originario
- b) nel frattempo sono avvenuti mutamenti, che non sempre sono stati recepiti nella documentazione ufficiale (cartacea) degli uffici competenti e che non sempre sono stati indicati in modo specifico. Un immobile si compone di molteplici materiali, strutture e componenti. Non lo si può descrivere tutto e il tempo vi incide, con eventi esogeni.

Ci sono anche obblighi per il proprietario che la soprintendenza può imporre per assicurare la sopravvivenza e il decoro del bene, nel suo ambiente (vincolo indiretto)

5.....

6. La dichiarazione dell'interesse culturale è adottata dal Ministero.

SEZIONE II

LA TASSAZIONE DEL REDDITO DEGLI IMMOBILI DELL'EREDITA' CULTURALE

1. Fino al 2011 il reddito degli immobili di interesse storico o artistico, ai fini dell'imposta personale sul reddito (IRPEF) e di quella sulle società e altri enti collettivi (IRE), veniva determinato con l'applicazione della minore tra le tariffe d'estimo degli immobili della zona censuaria nella quale l'immobile era situato, sia quando usati dal proprietario (o usufruttuario) sia quando dati in affitto. Il beneficio, che inizialmente, secondo l'interpretazione corrente, valeva solo per le unità immobiliari abitative, utilizzate dal proprietario, era stato esteso dalla giurisprudenza a quelle date in locazione, sulla base del principio di eguaglianza. Successivamente la giurisprudenza, avvallata dalla stessa Corte Costituzionale lo aveva esteso ulteriormente anche per gli uffici e i negozi di persone fisiche.

Nel 2011, venne introdotta, facoltativamente, per le abitazioni in locazione una imposta secca del 21%, per i contratti a canone libero, ridotta al 19% per i contratti a canone concordato nei comuni ad alta intensità abitativa.³⁶ Dal 2014 per i contratti a canone concordato nei comuni ad alta densità abitativa, l'imposta secca è stata ridotta al 10%.

Dal 2012 le agevolazioni fiscali per la tassazione del reddito degli immobili vincolati sono state enormemente ridotte. Il fisco si era sempre opposte a tali agevolazioni, ed aveva ubbidito di malavoglia alle delibere delle sentenze della Cassazione e della Corte Costituzionale. Dal 2012 queste agevolazioni per l'IRPEF e per l'IRES sono state abolite e in loro luogo è stata adottata una

³⁶, I fitti discendenti da questi contratti sono tassati al 70% del loro importo. Ma i canoni mensili debbono sottostare ai criteri equitativi stabiliti dalle associazioni di tutela degli inquilini con quelle dei proprietari. I contratti hanno durata triennale rinnovabile, anziché quadriennale, con rivalutazione dell'affitto annuale del 75% anziché del 100% dell'indice del costo della vita, .

detrazione del 35% del valore imponibile. Pertanto gli immobili abitati direttamente dal titolare del diritto di proprietà od usufrutto o uso, che non sono in affitto vale il loro valore catastale ridotto al 65%, mentre per quelli affittati vale il loro reddito lordo ridotto al 65%. Dal 2012, per altro, gli immobili usati direttamente dal proprietario come seconda casa o dati gratuitamente a terzi non sono più tassati con l'IRPEF, ma solo con l'IMU. Perciò la detrazione del 65% vale solo per gli immobili affittati. Ma se il loro canone di affitto è inferiore al valore catastale di più del 10%, si applica il valore catastale. Quando il valore catastale di riferimento era quello più basso degli immobili della zona censuaria, la sua rilevanza ai fini della determinazione del reddito degli immobili dati in affitto era molto minore che attualmente.

Dal 2012, per gli immobili in affitto non vincolati non tassati con l'imposta secca la detrazione forfettaria per spese veniva ridotta dal 15 al 5%. Dunque gli immobili vincolati hanno ora un beneficio differenziale di riduzione del loro imponibile del 30% rispetto ai non vincolati. Ma rispetto al precedente regime di quelli non vincolati il beneficio differenziale è solo del 20%.

Il ministero dei beni culturali non si è opposto a queste modifiche peggiorative del regime fiscale degli immobili vincolati, che si aggiungevano all'inasprimento delle imposte sulla proprietà, di cui si vedrà più avanti. Sono state in silenzio anche le organizzazioni che si occupano della tutela dei beni culturali e ambientali e il mondo della cultura e dell'urbanistica, che -pure - in linea di principio si battono per la difesa del patrimonio immobiliare storico-artistico italiano.

2.L'aliquota secca vale, anche per gli immobili vincolati, sull'affitto effettivo, senza la riduzione forfettaria del 35%. I contribuenti titolari di tali immobili,

dunque, per le unità immobiliari adibite ad abitazione ed affittate, scegliendo l'imposta secca ottengono un beneficio, talvolta maggiore, talvolta minore, di quello goduto in precedenza con il regime catastale, Comunque, il loro regime fiscale, in questa ipotesi, è identico a quello degli immobili non vincolati.

Si è creata così una disparità di trattamento fra immobili storico-artistici vincolati adibiti ad abitazione assoggettabili all'imposta secca del 21% o 19% ed ora 10% e quelli per usi commerciali ed uffici per i quali non vale tale opzione, che sono sempre tassati con l'aliquota IRPEF progressiva sul 65% del canone di locazione effettivo. Quando i contribuenti sono soggetti all'aliquota del 43 %, ³⁷ la riduzione del 35% degli imponibili comporta una aliquota effettiva sull'importo al lordo di tale detrazione del 28%. Dunque a questi contribuenti conviene scegliere il regime dell'imposta secca a canone libero, che implica una tassazione effettiva del 21%. Per i contribuenti che senza la riduzione dell'imponibile del 35% sarebbero sottoposti all'aliquota del 43% e che, con tale riduzione, sono sottoposti ad aliquota del 41%, l'aliquota effettiva è il 26,65%. Anche a loro, dunque, conviene l'imposta secca. Per i contribuenti che, con la riduzione dell'imponibile del 35% passano dall'aliquota IRPEF del 41% a quella del 38% - valevole per i redditi fra 28 mila e 55 mila euro tassabili- l'aliquota effettiva è il 24,7 %. Anche a loro conviene l'imposta secca, ma solo marginalmente, dato che perdono la

³⁷ Le aliquote IRPEF vigenti sono le seguenti

TAVOLA 1

Aliquote IRPEF

Reddito imponibile	Aliquota	Irpef (lorda)
• fino a 15.000 euro:	23%	23% del reddito
• da 15.001 a 28.000 euro:	27%	3.450 + 27% sulla parte oltre i 15.000 euro
• da 28.001 a 55.000 euro:	38%	6.960 + 38% sulla parte oltre i 28.000 euro
• da 55.001 a 75.000 euro:	41%	17.220 + 41% sulla parte oltre i 55.000 euro
• oltre 75.000 euro:	43%	25.420 + 43% sulla parte oltre i 75.000 euro

impossibilità di procedere alla rivalutazione annua del canone, consentita nei contratti di locazione liberi nella misura dell'aumento dell'indice del costo della vita per tutta la durata (quadriennale) del contratto.

I contribuenti sottoposti all'aliquota del 27%, che affittano unità immobiliari vincolate ad uso abitativo, con il regime normale, che dà loro diritto alla riduzione dell'imponibile del 35%, pagano il 17,55%. A loro non conviene l'imposta secca, salvo per le unità abitative per il quali si possa stipulare un contratto di affitto concordato che dà diritto all'aliquota del 10%, qualora lo sconto di affitto che ciò comporta non sia troppo oneroso.

3. Nel caso di immobili tassati con l'IRES che ha una aliquota del 27,5% la imposta secca, per gli immobili vincolati, non conviene quasi mai. Infatti, la riduzione al 65% del 27,5% % conduce ad una aliquota del 17,87%. Ma la società è tassata anche sul 70% degli interessi passivi eccedenti gli interessi attivi. Anche in presenza di interessi passivi su mutui immobiliari, comunque la tassazione con l'imposta secca non è generalmente conveniente, in quanto la base imponibile non costituito dai canoni di affitto, come nel caso dell'imposta secca, ma da tali canoni al lordo del 70% degli interessi passivi eccedenti quelli attivi al netto dei costi deducibili effettivamente sostenuti. Se questi sono il 20%, e non ci sono interessi passivi tassabili, l'aliquota effettiva è il 14,30%.

CAPITOLO VI

LA TASSAZIONE DEL VALORE DI ESISTENZA DEI BENI IMMOBILI DELL'EREDITÀ CULTURALE

1. Dal 2012, con l'introduzione dell'IMU in luogo dell'ICI, per gli immobili c'è stato un rilevante aumento del tributo patrimoniale, dovuto all'effetto combinato di maggiori valori catastali (ottenuti con l'aumento dei coefficienti di adeguamento rispetto a quelli originari e dell'aumento delle aliquote. Ciò aumenta i tributi comunali, consentendo allo stato di ridurre(forse)i suoi trasferimenti ai comuni. L'aliquota ICI era il 4-7 per mille. Con l'IMU l'aliquota ordinaria è lo 0,76 per mille con possibilità di aumento in più o in meno sino al 3 per mille. Quella per la abitazione principale (esonerata in ICI nel 2010-11) è stata fissata al 4 per mille con possibile variazione in più o in meno sino al 2 per mille. Poi è stata abrogata nel 2013. Ma nel 2014 è stata rimpiazzata dalla TASI.

I coefficienti dei valori catastali, maggiorati del +5% per ottenere il valore base a cui essi si applicano, sono stati aumentati in modo molto differenziato, come si evince dalla Tavola 2, che segue.

TAVOLA 2

NUOVI COEFFICIENTI DI AUMENTO DEI VALORI CATASTALI

- I) abitazioni ordinarie (Cat.A tranne A10) da 100 volte a 160 ;
- II) uffici (A10), da 50 a 80 con un aumento del 60%;
- III) edifici pubblici, biblioteche, musei (Cat. B) da 140 a 140;
- IV) negozi (C1) da 34 a 55 con un aumento del 61,7% ;
- V) botteghe artigiane,immobili sportivi e balneari(C2-C5) da 100 a 140 ;
- VI) posti auto, scuderie, tettoie (C6-C7) da 100 a 160
- VII) opifici, alberghi, ospedali(D tranne D5) da 50 a 65con un aumento del 30%
- VIII) banche (D5)da 50 a 80, con un aumento del 60%

In sostanza, a parte gli edifici pubblici, le biblioteche ed i musei, per i quali i coefficienti catastali non hanno subito variazioni, vi è stato un aumento degli imponibili che va dal 60% per le abitazioni, gli uffici, i negozi, i posti auto e le scuderie e tettoie e le banche, del 40% per gli opifici, gli alberghi e gli ospedali a cui si aggiunge un aumento dell'aliquota media del 38%.

Per gli immobili storici e artistici vincolati in luogo del beneficio della applicazione dei valori catastali più bassi degli edifici della zona censuaria in cui essi sono ubicati, per l'IMU si consente la riduzione del 50% della base imponibile. Ciò danneggia gli immobili artistici e storici di pregio, che si trovano non solo nei centri storici della città, ma a volte anche in loro zone periferiche e in borghi semi rurali, che hanno bisogno di costosi lavori di restauro e manutenzione ordinaria e straordinaria, che spesso potevano avvalersi di valutazioni più basse, facendo riferimento ai valori catastali degli immobili di minor valore della loro zona censuaria

2.. Questa modifica ha effetti sul patrimonio storico artistico immobiliare che il legislatore non ha minimamente considerato. E che danno luogo a risultati paradossali. Infatti la norma precedente favoriva particolarmente gli immobili storici e artistici, che si trovano nelle località minori, e nelle località scarsamente abitate, come i castelli che si trovano in borghi rurali, molto di più che gli immobili vincolati che si trovano nei centri storici delle grandi città e in quelle medie congestionate, dato che in essi non è facile trovare immobili con basso valore catastale nel centro storico. Ma le seconde case nel centro storico di tali città, comunque, sono costose e chi le possiede e non le affitta, ma le impiega, per un proprio uso, ha pur sempre l'alternativa di affittarle, a condizioni redditizie. Ciò non è altrettanto facile per i castelli e

gli palazzi storico artistici vincolati nei borghi scarsamente abitati. Dopo l'aumento del 60% delle rendite catastali, la detrazione del 50% del valore catastale effettivo può essere facilmente minore del preesistente beneficio del riferimento al valore catastale più basso della zona censuaria per gli immobili storico artistici nelle aree urbane in declino dei borghi periferici. Nei centri storici delle città importanti, l'abbattimento del 50% dell'imponibile effettivo può neutralizzare gran parte dell'aumento dovuto alla maggiorazione del 60% del coefficiente catastale, che era già sostanzialmente allineato a quello effettivo.

Molti immobili storico artistici vincolati sono ville o edifici signorili in località minori, un tempo importanti, che i proprietari tengono come seconde case. E spesso si tratta di edifici molto ampi, che hanno una costosa manutenzione. I loro valori catastali, anche ridotti del 50% possono dare luogo a imponibili molto elevati, a cui si aggiungono consistenti costi di manutenzione ordinaria e straordinaria. I comuni possono variare l'IMU fra un minimo del 4,6 per mille e il 10,6 per mille. La salvaguardia di questo patrimonio immobiliare storico-artistico dipende in larga misura dalle politiche tributarie degli enti locali. Ma dipende, in misura anche maggiore, dalla capacità e volontà dei governi regionali e locali di promuovere la valorizzazione turistica delle località dove si trovano tali immobili.

3. Un grosso problema riguarda le unità inagibili degli immobili che, nella tassazione del loro patrimoniale, con l'ICI avevano diritto a una riduzione del 50% dell'imponibile. Il decreto "Salva Italia" che ha introdotto l'IMU in luogo dell'ICI, formalmente, è stato concepito non come una modifica dell'ICI, ma come un tributo nuovo. Ciò ha generato dubbi interpretativi nel caso di ipotesi in cui il problema della sorte delle norme preesistenti riguardanti l'ICI

non è stato esplicitamente esaminato. Ora accade che l'IMU dia, per gli immobili storico artistici vincolati, uno sconto del 50% per l'imponibile degli immobili storico-artistici vincolati in sostituzione dell'abrogato riferimento al valore catastale più basso della zona censuaria. Si è, perciò, posta la questione se tale sconto, per quelli inagibili, debba applicarsi sul valore ridotto del 50% oppure sul valore intero. Quando il provento tributo, nella fase sperimentale, durante il governo Monti era in gran parte dello stato e l'interpretazione spettava al Ministero delle finanze, esso sostenne che i due sconti non si potevano cumulare, perché la riduzione del 50%, applicata agli immobili vincolati già includeva tale ipotesi. Tesi arbitraria in quanto la riduzione del 50% si riferisce allo inadeguato sfruttamento delle superfici edificate, dovuto al vincolo che limita le modifiche di tali immobili per l'utilizzo attuale e gli oneri di manutenzione ordinaria più elevati del normale, a causa delle loro caratteristiche e (spesso) della loro età.

La logica della parità di trattamento fra immobili vincolati e non vincolati in relazione al regime degli immobili inagibili, comporterebbe di applicare lo sconto del 50% per gli immobili inagibili al loro imponibile ridotto del 50%, perché diversamente gli immobili inagibili vincolati verrebbero trattati peggio di quelli non vincolati. Mentre, semmai, si dovrebbero trattare meglio gli immobili inagibili vincolati dei non vincolati, essendo più difficile renderli agibili, dato che per farlo occorre adottare particolari progetti, che vanno approvati dalla sovrintendenza competente e che, spesso, sono più complessi e costosi di quelli per gli immobili non sottoposti a vincolo e non consentono riconversioni per questi possibili.

4. L'IMU dal 2014 è interamente dei comuni e ad essi spetta stabilire se la riduzione per l'inagibilità si cumuli con quella derivante dal vincolo. Una

politica oculata di salvaguardia di questo patrimonio storico artistico dovrebbe consentire la duplicazione, onde evitare che questi immobili sotto il peso di una tassazione insostenibile subiscano un degrado irreversibile. Ma non vi è molta probabilità che i comuni seguano questa linea, anziché quella fiscalista.

La tutela del patrimonio culturale come valore in sé e come strumento per lo sviluppo del turismo, che spesso ricorre nella retorica corrente, in Italia (si dice che il patrimonio culturale è il “nostro petrolio”, la “materia prima” di cui siamo ricchi), rimane, spesso, allo stato di retorica, quando si tratta di fare le scelte fiscali, su cui premono altri, più corposi, interessi.

PARTE IV

IL REGIME FISCALE DELL'INVESTIMENTO PER GLI IMMOBILI VINCOLATI E PER QUELLI NON VINCOLATI

1. I proprietari o possessori di beni mobili o immobili culturali vincolati di cui al codice dei beni culturali e del paesaggio che sostengono spese di manutenzione, protezione o restauro di tali beni hanno una detrazione IRPEF del 19% delle spese sostenute, dall'imposta che il contribuente deve, ossia un credito di imposta del 19%, nella misura effettivamente sostenuta. Inoltre l'IVA sui lavori che beneficiano del credito di imposta è ridotta al 10%, così come quella per le manutenzioni ordinarie immobiliari.

La documentazione e le certificazioni richieste dalla Soprintendenza dei beni culturali, che rappresentano un costo non indifferente non comportano più la sua approvazione, che è stata sostituita da una auto dichiarazione del contribuente. Il Ministero per i Beni e le Attività culturali esegue controlli a campione di tali auto certificazioni.

Il credito di imposta del 19% non è gran che quando l'imposta dovuta è il 43%. Ma il 19% rappresenta la rinuncia del fisco all'aliquota iniziale dell'IRPEF, che, quando questo importo fu stabilito, era appunto il 19%. La logica vorrebbe che ora il credito di imposta fosse il 23%, dato che l'aliquota iniziale dell'IRPEF è salita al 23%. L'adozione di un credito di imposta pari all'aliquota minima, anziché del 100% dell'aliquota effettiva o una sua quota, ad esempio il 60% di quella dell'aliquota effettiva, con la clausola di non scender mai sotto questa, è stata giustificata con la tesi che la detrazione di tutta l'imposta sostenuta e quella proporzionale alla detrazione piena, in misura superiore all'aliquota di base dell'IRPEF generano una sperequazione a favore di chi ha una aliquota più alta e quindi scardinano la progressività del tributo. Ma si tratta di una argomentazione molto debole, se lo scopo del credito di imposta è quello di favorire l'investimento nei beni culturali sottoposti a vincolo perché è ovvio che chi è tassato con una aliquota elevata ha un maggior disincentivo ad investire che chi ha una bassa aliquota. E se ci sono alternative, preferirà investimenti con aliquote minori, come quelli nelle rendite finanziarie e negli investimenti esteri, meno tassati di quelli nazionali. Comunque, se vorrà investire in immobili, cercherà quelli che danno un maggior rendimento lordo, non quelli vincolati in cui il rapporto costi-utili lordi è, generalmente, meno favorevole. D'altra parte chi è sottoposto alle aliquote più alte, generalmente ha una più alta propensione al risparmio e somme maggiori da investire. Sicché dal punto di vista dell'efficacia e dell'efficienza, lo sgravio di imposta per stimolare gli investimenti nei beni culturali, dovrebbe essere quanto meno proporzionale all'aliquota effettiva eccedente quella minima, e, possibilmente, pari ad essa. L'argomento decisivo per consentire una detrazione ampia dell'onere del tributo, sta nel fatto che il restauro e la conservazione dei beni culturali dà

un vantaggio a tutta la collettività, sicché non si tratta di favorire, con questo credito di imposta, il contribuente che ne beneficia direttamente ma di dare un beneficio alla comunità. Ciò, ovviamente, nella ipotesi che il vincolo apposto al bene considerato, sia realmente giustificato.

2. Un argomento che milita contro una dimensione eccessiva del credito di imposta in questione, che –invece- va considerato riguarda la possibile esistenza di incentivi fiscali per gli investimenti che riguardano gli immobili e la loro cumulabilità con quello previsto per gli immobili dotati di pregi storico-artistici vincolati.

In Italia, in effetti, esiste un altro, più consistente incentivo per gli investimenti in immobili slegato dal requisito che si tratti di beni culturali vincolati. Ed esso è cumulabile con il credito di imposta del 19% teste considerato.

Chi sostiene spese per investimenti negli immobili residenziali e loro pertinenze per le operazioni di recupero edilizio di cui all'articolo 16 bis del TUIR ha un credito di imposta Irpef del 36%. Per le spese sostenute dal 26/6 2012 al 31/12 2014 il credito è del 50% e del 40% dal 1/1 2015 al 31/12 2015. A queste spese si applica l'aliquota Iva agevolata del 10%, come per nel caso del credito di imposta del 19%. Il limite massimo di spesa per il credito di imposta è di 48.000 euro per unità immobiliare; 96.000 per le spese sostenute dal 26 /6 2012 al 31/122015. Il credito di imposta va ripartito in 10 quote annuali eguali. Possono beneficiare dell'agevolazione i proprietari o i titolari di diritti reali sugli immobili e l'inquilino o il comodatario, i soci di cooperative, i soci delle società semplici e gli imprenditori individuali, per immobili che non rientrano fra quelli strumentali o merce.

I lavori per i quali spetta l'agevolazione fiscale sono quelli elencati alle lettere b), c) e d) dell'articolo 3 del TU in materia edilizia: I) opere di manutenzione straordinaria; II) opere di restauro e risanamento conservativo III) opere di ristrutturazione edilizia. Per le parti comuni degli edifici residenziali, anche quelli di manutenzione ordinaria. Sono comprese le spese professionali (progettazione, perizie etc.)³⁸

L'incentivo ha molto minore efficacia di quel che il legislatore fiscale abbia sperato, in relazione alla sua dimensione, perché il beneficio del credito di imposta è troppo diluito nel tempo, le procedure burocratiche da sostenere per ottenerlo comportano costi aggiuntivi e l'edilizia offre rendimenti molto bassi che richiederebbero misure ad effetto immediato più coraggiose. Bisogna anche aggiungere che i privati hanno la convenienza a effettuare i loro investimenti immobiliari in regime di parziale non fatturazione, ossia, come si dice "in nero". Sicché quando fanno il calcolo sulla convenienza dell'investimento, in relazione al beneficio del credito di imposta, tengono conto del maggior costo delle opere, effettuate con fatturazione, sia pure con l'aliquota ridotta del 10%. Nella misura in cui gli investimenti finanziati con il credito di imposta creano investimenti che, diversamente, non sarebbero stati dichiarati al fisco, l'esonero, in larga parte, si autofinanzia e riduce l'ammontare dell'economia sommersa di questo settore. Ma non è

³⁸

TAVOLA 4

TIPOLOGIE DI INTERVENTI IMMOBILIARI CHE HANNO DIRITTO AL CREDITO DI IMPOSTA

Esempi di manutenzione straordinaria:

-installazione d'ascensori e scale di sicurezza; realizzazione e miglioramento dei servizi igienici; sostituzione di infissi esterni e serramenti o persiane con serrande e con modifica di materiale o tipologia di infisso; rifacimento di scale e rampe; interventi di risparmio energetico; recinzione dell'area privata; scale interne.

Restauro e risanamento conservativo

. interventi rivolti ad eliminare e prevenire situazioni di degrado; adeguamento delle altezze dei solai nel rispetto delle volumetrie esistenti; apertura di finestre per esigenze di aerazione dei locali.

Ristrutturazione edilizia

- demolizione e fedele ricostruzione dell'immobile; modifica della facciata; realizzazione di una mansarda o di un balcone trasformazione della soffitta in mansarda o del balcone in veranda

-apertura di nuove porte e finestre costruzione dei servizi igienici in ampliamento delle superfici e dei volumi esistenti.

detto che generi un nuovo investimento, che migliora il patrimonio edilizio e dà impulso all'economia nazionale e regionale.

3. Quando gli immobili sono tassati in IRPEG il loro reddito tassabile, qualora il contribuente non opti per il regime di imposta secca previsto per quelli adibiti ad abitazione, non è costituito dai canoni di locazione diminuiti del 5% per spese deducibili a forfait per gli immobili non vincolati e dal 65% dei canoni di locazione diminuiti del 5% per quelli vincolati, come nel regime IRPEF, dal ricavo lordo al netto di tutti i costi di produzione correnti e di investimento. Pertanto dal canoni di locazione, che fanno parte di tale ricavo lordo, diminuiti del 35% per gli immobili vincolati, si deterranno non solo tutte le spese correnti di gestione, ma anche tutti gli investimenti di manutenzione ordinaria e straordinaria, ad essi inerenti: in parte come costi nell'esercizio corrente e in parte in una pluralità di esercizi, come quote di ammortamento. Il credito di imposta del 19% per gli investimenti nei beni culturali vincolati, ovviamente, effettivamente utilizzato, riduce di altrettanto tali costi detraibili dai ricavi lordi. E, naturalmente, l'IVA sugli acquisti di beni e servizi facenti parti di queste spese, è detraibile pienamente da quella incassata sul fatturato costituito dai canoni di locazione riscossi.

L'aliquota dell'IRES, come si è visto (cfr. sopra Parte II § 3) è il 27,5%, per altro non solo sugli utili ma anche sulla quota del 70% una quota degli interessi passivi sostenuti dalla società. Il reddito distribuito è tassato con l'IRPEF, salvo quando i soci non abbiano partecipazioni qualificate (allora vi è la cedolare secca del 27%). Ma, per evitare la doppia tassazione dei contribuenti persone fisiche per il reddito già tassato presso la società, solo il 49.72% di tale ammontare sarà tassabile a loro carico. Sicché chi, sui suoi redditi, paga l'aliquota massima del 43% (45% con le addizionali regionali e

locali), paga solo un 21,5 sul reddito distribuito, che è al netto dell'imposta già pagata dalla società del 28%, cioè a dire sul 72%, ossia il 15% sul reddito netto della società che si aggiunge al 28% che essa già versato dando luogo a una pressione complessiva del 43%. In sostanza, il credito di imposta del 49,72% ha di mira la neutralità della tassazione con il tributo sulla società rispetto a quello sulla persone fisiche. Ma nell'IRPEF le spese effettive per la produzione del reddito degli immobili dati in affitto sono detraibili solo nella misura forfettaria del 5%. Per gli immobili vincolati che hanno bisogno di ristrutturazioni e manutenzioni straordinarie, per la loro conservazione e per un uso adeguato, appare dunque desiderabile poter operare mediante il regime di impresa, con il conferimento a una società. Occorrerebbe stabilire particolari agevolazioni per i conferimenti di questi beni a veicoli societari, che sono più idonei delle persone fisiche alla gestione dei beni immobili vincolati, date le loro esigenze di tutela e le situazioni complesse che esse generano.

PARTE V.

OSSERVAZIONI FINALI

1. Prima del 2014 esisteva, per gli immobili vincolati, una agevolazione rilevante nella tassazione dei loro trasferimenti dalle persone fisiche private (non sottoposte a tassazione IVA come operatori professionali immobiliari) che ne sono proprietarie ad altri soggetti, perché invece che l'aliquota globale ordinaria del 10% (7% di imposta di registro +2% di imposta ipotecaria e 1% di imposta catastale), essi pagavano l'aliquota ridotta del 3% di imposta di registro +una imposta ipotecaria del 2% e una catastale dello 1%, cioè in totale il 6%. Dal 1 gennaio 2014 invece vi è una imposta di registro unificata del 9% sia per gli immobili non vincolati, che per quelli vincolati

mentre il tributo ipotecario e quello catastale sono ridotti ad una aliquota fissa di pochi euro. L'unificazione dei tre tributi in uno è una semplificazione formale, di modesta utilità, seppure opportuna, dato che i tre tributi andavano tutti allo stato, avevano lo stesso imponibile e la stessa procedura di accertamento e riscossione, cioè erano uno solo con tre nomi diversi. Ma mentre per gli immobili non vincolati con questa riforma c'è una riduzione di aliquota dello 1%, per quelli vincolati c'è un aggravio del 3%. Una riforma neutrale, semmai, avrebbe dovuto diminuire al 5% l'aliquota unificata per gli immobili vincolati.

Il legislatore, in realtà, ha adottato una riforma, che avvantaggia in modesta misura la circolazione degli immobili non vincolati, inasprendo la tassazione della circolazione di quelli storico-artistici vincolati. Ha finanziato i primi a carico dei secondi, abolendo una agevolazione importante per la politica culturale. E vi erano due buone ragioni per quella agevolazione, agli immobili vincolati, in termini di sostenibilità: 1) quella di compensare con un beneficio fiscale sul trasferimento, il danno economico che deriva dal vincolo, 2) quella di agevolare i trasferimenti, che si connettono alle specifiche esigenze degli immobili vincolati, on relazione alle loro ristrutturazioni, riconversioni, valorizzazioni, che possono comportare la costituzione di nuovi veicoli societari.

2. Il sistema di adeguare i valori catastali ai nuovi presunti valori degli immobili ha dato luogo a una situazione sempre meno realistica, con coefficienti di rivalutazione fra loro estremamente diversi, la cui logica appare difficile da spiegare in termini oggettivi di valutazione. E che sembra invece discendere da ragioni di politica fiscale.

TAVOLA 5
COEFFICIENTI DI RIVALUAZIONE DEI VALORI CATASTALI

A(eccetto A/10)	Abitazioni	160
A/10	Uffici	80
B	Edifici pubblici, biblioteche, musei	140
C/1	Negozi	55
C/2 -C/6 -C/7	Posti auto, scuderie, tettoie	160
C/3 -C4	Laboratori, Botteghe artigiane	140
C/4-C/5	immobili sportivi balneari	140
D (eccetto D/5)	Opifici e alberghi	65
D/5	Banche	80

Quando la pressione patrimoniale sugli immobili è bassa, questo sistema di coefficienti può essere accettabile, per ragioni pratiche, ma quando la pressione è elevata essi possono avere pericolosi effetti distorsivi.

Questo ventaglio di coefficienti, certamente, non è stato, certamente, pensato per gli immobili storici e artistici. Tende a distorcerne le destinazioni d'uso e le ristrutturazioni in modo arbitrario, mentre le basi imponibili dovrebbero esser determinate con criteri neutrali o con criteri di politica culturale rivolti a favorire le destinazioni per essi più consone, che- per altro- variano molto nei vari casi. E' meglio operare con la discriminazione delle aliquote, che è uno strumento di politica fiscale che crea incentivi e disincentivi molto più trasparenti che quelli derivanti dalla diversità di coefficienti di rivalutazione degli imponibili.

I comuni possono variare le aliquote dell'IMU fra il 10,6 per mille e il 4,6, una fascia di scelte amplissima. Tale possibilità può essere utilizzata anche

per gli immobili vincolati. Inoltre essi possono modificare agli oneri di urbanizzazione per i cambi di destinazione di uso. Ora ci sono anche le politiche per la TASI. Ci sarà un ampio ruolo, per gli enti locali che lo vorranno assumere, nella revisione dei valori catastali, per la determinazione dei parametri economici riguardanti i metri quadri degli immobili storici e artistici vincolati, nel nuovo regime del catasto , che impone il passaggio dalle valutazioni sui vani e quelle sui metri quadri. In sé si tratta di un principio innovativo ragionevole. Ma esso va configurato in modo diverso per gli immobili non vincolati, le cui ristrutturazioni sono libere e per quelli storico artistici sottoposti ai vincoli che impediscono l'abbattimento di pareti, modifiche di soffitti etc. per dare luogo a un migliore sfruttamento delle superfici utilizzabili e per le parti inagibili.

Tutto ciò comporta di non concepire l'autonomia comunale nel settore della tassazione immobiliare unicamente in termini di esigenze di gettito e di equità distributiva o di politica edilizia per fini di equità abitativa , ma di inserirla in una concezione urbanistica globale, in cui la valorizzazione dei beni culturali è concepita come un obiettivo di sviluppo economico e come un obiettivo dotato di un proprio alto valore ai fini della "Civitas umana" di cui trattano Luigi Einaudi e Wilhelm Röpke nella tradizione di Ruskin, degli economisti umanisti.

CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE LO SPONSOR COME TUTORE DEI BENI CULTURALI.

1. I beni culturali comuni, come sappiamo, hanno due valori, di uso e di esistenza. Essi sono protetti dalla comunità per tutelare il loro valore di esistenza, per l'uso delle generazioni presenti e future e per sé stesso. La tutela del valore di esistenza, come si è visto, può comportare la riduzione anche drastica del valore di uso. Inoltre essendo essi vincolati, ogni intervento di manutenzione straordinaria, recupero, valorizzazione che può comportare modifiche dei beni o mutamento di destinazione (specie per gli immobili) o spostamenti fuori sede e alienazioni richiede autorizzazioni sulla base di perizie, progetti, procedure amministrative e legali complesse, che accrescono i loro costi. Tali autorizzazioni sono legate a norme che comportano molti vincoli al pieno sfruttamento dell'uso del bene e alle sue modifiche e alla sua circolazione. E ciò riduce la possibilità di ottenere ricavi dall'uso con cui coprire i maggiori costi della tutela e del sostegno dell'esistenza. Ed anche quando è possibile effettuare un ampio uso del bene, il ricavo a ciò relativo può non bastare a pagare gli elevati costi di esistenza. Inoltre va considerato che il bene culturale, esempio il museo e l'edificio storico e artistico è un bene Dupuit ossia un bene che si presta a molti usi, simultaneamente e nel tempo da parte dei visitatori e che un alto prezzo per il suo uso può dare luogo a una offerta inutilizzata, ossia a uno spreco sociale e ciò comporta che quando questi beni sono pubblici o di non profit le tariffe per il loro uso tendono a essere inferiori al costo medio. Inoltre il loro uso diffuso a basso prezzo dà economie esterne di educazione e di stimolo all'offerta turistica. Sicché il prezzo non può esser portato alla copertura dei costi, ma va ridotto per evitare che dall'utenza sia escluso chi non gradisce (o non può) spendere troppo. Così non si può massimizzare il ricavo dell'uso. E l'uso ha un costo.

- Il problema della sostenibilità finanziaria si accresce con il tempo perché più i beni culturali invecchiano più ne aumentano i costi di manutenzione e restauro e perché nuovi beni culturali scoperti o creati competono con quelli preesistenti per le risorse finanziarie pubbliche. Le donazioni liberali e gli enti

non profit sono insufficienti a risolvere il problema, anche perché le deduzioni fiscali per queste liberalità sono inadeguate. D'altra parte il loro aumento, ad esempio sino alla detrazione integrale dei costi, con un credito di imposta del 100%, genera perdite di gettito che vanno coperte dai bilanci pubblici.

Occorrono nuove soluzioni, con una maggior sinergia fra operatore pubblico e mercato. Una di queste è la sponsorizzazioni di imprese interessate a valorizzare i propri brand con il loro collegamento a beni culturali che ne accrescono il valore per il pubblico. Così il valore d'uso si espande come pubblicità. Inoltre si trasforma diventando immateriale. Il rapporto di sponsorizzazione può comportare nuove forme di uso che possono dare un rendimento sia allo sponsor che ai proprietari del bene sponsorizzato. Anche qui si pone il problema fiscale. Esso può essere risolto se la sponsorizzazione come iniziativa di mercato ha natura di pubblicità, consentendo la detrazione fiscale del suo costo come spesa di pubblicità

.La sponsorizzazione con "adozione" di un bene comune-come un'opera d'arte, un edificio storico e artistico, un bene archeologico, un museo, una galleria d'arte, dotato di valore di esistenza, ma bisognoso di restauro e riabilitazione e di molti potenziali valori d'uso materiali e immateriali, nei suoi sviluppi, non è una mera operazione pubblicitaria, sia dal punto di vista del suo contenuto economico-finanziario, che dal punto di vista della tutela e valorizzazione del bene adottato, che dal punto di vista del trattamento fiscale. E i suoi effetti sull'impresa sponsorizzante sono molto di versi da quelli di una mera promozione pubblicitaria, che ne accresce i ricavi. La sua immagine si arricchisce di nuovi significati culturali e tecnologici, che si ripercuotono sul suo brand, ma anche sulla filosofia aziendale e le sue stesse attività si arricchiscono di nuove articolazioni e competenze, che possono generare innovazioni

- Accade ciò che avviene in una famiglia che adotta un bimbo, magari un bimbo che viene da paese diverso. La vita di quella famiglia si arricchisce di nuove abitudini e prospettive, i genitori cambiano, via via, carattere,

mentalità, aspetto. La loro vita è cambiata, è più ricca, c'è una ragione in più, una nuova luce, per vivere nella casa e nella società.

-
- 2. Il Museo ha come fine fondamentale la conoscenza storica, artistica, scientifica, culturale per l'educazione e lo studio. L'applicazione di questi principi, riguardanti gli obiettivi dei musei e quindi anche gli strumenti per la loro attuazione però, non si applicano, però, solo ai Musei chiusi, ossia quelli costituiti da stanze in edifici che contengono ed espongono reperti artistici, storici, tecnologici, etnologici, etc. di cose mobili e per i musei di reperti archeologici custoditi in edifici, ma anche per i reperti archeologici immobiliari composti di scavi, ruderi, edifici e per i beni immobili dell'eredità culturale, che sono in sé stessi, con i loro esterni ed interni, reperti culturali complessi. Secondo la definizione dell'[International Council of Museums](#), il museo "è un'istituzione permanente, [senza scopo di lucro](#), al servizio della [società](#) e del suo sviluppo. È aperto al pubblico e compie ricerche che riguardano le testimonianze materiali e immateriali dell'umanità e del suo ambiente; le acquisisce, le conserva, le comunica e, soprattutto, le espone a fini di studio, [educazione](#) e diletto". La formulazione della legge italiana è ancora più chiara, circa le finalità di educazione e promozione del sapere che sono proprie del museo. Per i principi generali della legislazione italiana³⁹ esso, inteso come raccolta di reperti, è una «struttura permanente che acquisisce, cataloga, conserva, ordina ed espone beni culturali per finalità di educazione e di studio». Questa definizione, per estensione, vale anche per i beni archeologici immobiliari e per gli immobili dell'eredità culturale. Essi hanno non solo compiti di educazione, ma anche di studio. I compiti di

³⁹ Cfr. l'articolo 101 del Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, che dispone il "[Codice dei beni culturali e del paesaggio](#)",

diletto sono solo eventuali e non possono compromettere quelli di formazione e quelli di ricerca scientifica e culturale. Così molte nuove tecnologie interattive come video game possono incentivare anche i giovani a visitare il museo come forma di turismo culturale formativo: facendo vivere il museo nella sua realtà attuale, l'archeologia e la storia, gli immobili storici e artistici del passato si confrontano con il presente e questo si tramuta nella storia ("il presente come storia"). Il museo cessa di essere un luogo chiuso, che mette soggezione, gli immobili vincolati non sono solo edifici da utilizzare, ma diventano parte della nostra formazione ed esperienza storica, artistico-culturale quotidiana.. Molti beni culturali sono stipati nei sotterranei dei musei, perché non si riesce a sostenere il costo della loro esposizione, che richiede nuovi spazi e maggior personale. Dunque nasce un grave problema di sostenibilità del finanziamento dei valori di esistenza e di uso dei beni culturali, in particolare dei Musei, in connessione anche con l'esigenza di valorizzare questi beni, per diffondere l'istruzione e sviluppare il turismo.

SEZIONE III

IL BENE CULTURALE COME BRAND.

1. Il mercato globale post moderno è caratterizzato dall' eccesso di scelte possibili quindi chi sceglie ha elevati costi delle transazioni per effettuare la scelta migliore . Poiché gli offerenti lo sanno effettuano una promotion della loro offerta per essere più presenti degli altri. Vedi i promessi sposi di Manzoni dove tutti si alzano sulla punta dei piedi per vedere meglio il governatore ma ci vedono come prima .

- . Da qui la necessità di rafforzare i mezzi promozionali: e fra questi emerge il marchio e la ditta , ovvero in senso lato, il brand con la sua denominazione e raffigurazione ,quale espressione identitaria del bene dell'impresa o consorzio di imprese considerato.

Il brand risolve il problema della fiducia che si acquista con il gioco ripetuto che presenta aspetti problematici diversi per i beni di esperienza e per i beni di ispezione .Sono beni di ispezione quelli dotati di caratteristiche oggettive che si prestano ad un

ispezione prima del loro acquisto che però può essere costosa o complicata . E' facile ispezionare frutta e verdura, carne e pesce;più difficile ispezionare una bottiglia di vino perché è chiusa col tappo sigillato e quindi raramente chi lo vende è disposto ad aprire la bottiglia. Nel caso dell' automobile l'ispezione è complicata perché esige competenze tecnologiche specifiche. I beni di esperienza sono quelli per cui l'ispezione non è possibile. Si giudicano dopo averli usati. Ciò riguarda soprattutto teatrale, i servizi come u operazione chirurgica o una rappresentazione un film

2.Il marchio individuale o collettivo risolve il problema dei beni di ispezione perché tutte le bottiglie di vino della stessa marca sono uguali. Quindi chi li vende può aprire una bottiglia di quel vino può offrire un bicchiere ai propri clienti e questi ne potrebbero acquistare una cassa. Un amico ha ispezionato l'automobile con un certo brand della ditta e del modello ed essendo competente passa parola.

Nel caso dei beni di esperienza il brand, costituito dal marchio del prodotto o dal nome della ditta che offre il servizio. Quell'agenzia di offerta di servizi turistici di hotel e ristoranti o quel regista che hanno eseguito buone performance, che hanno dato un'esperienza positiva danno la fiducia ai consumatori che essa si ripeterà. Ma per affermare il marchio e la ditta nella società dei mercati globali bisogna sopportare i costi dell'informazione del mercato di massa. La piccola impresa non se lo può permettere.

Se uno degli utilizzatori del marchio collettivo imbrogliava e tutti gli altri non imbrogliano lui può tenere un vantaggio a spese degli altri perché il marchio ha una piccola perdita di prestigio mentre lui ha un guadagno elevato ma ciascuno degli altri potrebbe fare lo stesso ragionamento considerando che nel gioco ripetuto, ad un certo punto, il marchio non varrà più nulla perché quasi tutti hanno imbrogliato. In questa prospettiva conviene affrettarsi ad imbrogliare

- . Ecco così che deve intervenire il consorzio vincolante che stabilisce un regolamento, i controlli e penalità. A questo punto se gli utilizzatori del marchio collettivo rispettano le regole, la pubblicità che ciascuno fa

mediante un ottimo rapporto qualità/prezzo avvantaggia tutti gli utilizzatori del marchio collettivo. E' anche possibile fare azioni collettive a cura del consorzio per la propaganda del marchio

-
- 2. Il marchio non solo va gestito in modo da conservare e accrescere la sua reputazione, e fatto conoscere mediante azioni promozionali, va anche rinnovato sia con riguardo al contenuto dei beni e servizi a cui si riferisce, per adeguarli all'evoluzione economica e tecnologica, sia con riguardo al logo (o ai diversi logo) che rappresenta (no) i prodotti a cui esso si riferisce, perché esistono cicli del gusto culturale e perché anche il design più riuscito alla lunga può stancare e dare un senso di "vecchio" non gradevole.

Ma non è solo vero che l'impresa e i suoi prodotti sono la base del marchio, è anche vero che il marchio nel suo design e nella sua associazione con un prodotto culturale, dotato di un suo valore simbolico, esercita una azione identitaria a vantaggio dell'impresa e dei suoi prodotti perché sintetizza la cultura aziendale e la veicola da un anno all'altro sul lato dell'offerta e della domanda: offerenti tendono a essere fedeli al marchio, i domandanti esigono questa fedeltà. Il bene immateriale dà identità al bene materiale.

3. C'è una ulteriore funzione del marchio, di natura dinamica, che interessa particolarmente per distretti che hanno filiere di prodotti fra loro simili, che possono essere associate fra loro in un marchio collettivo che può generare nuovi marchi, nuovi prodotti, con nuove identità o rafforzarli. Questo processo genetico o di fertilizzazione si svolge in tre modi: verticalmente per filiazione, orizzontalmente per affratellamento, lateralmente per adesione al club.

Per filiazione. Il marchio principale può generare un grappolo di marchi, ad esso collegati, sia muovendo dalla ditta, sia muovendo da un marchio capace di esercitare una azione polarizzante, come Kinder di Ferrero o, un tempo, Il Corriere dei Piccoli

e la Domenica del Corriere come filiazioni del Corriere della Sera o Mulino Bianco, per indicare una linea di prodotti della stessa famiglia o Eataly per indicare una filiera gastronomica articolata. La Calabria può associare fra loro vini, olio, peperoncino, prodotti caseari e salumi tipici di una data zona. Può associare fra loro agrumi, orofrutticoli, bevande collegate. Può creare marchi di prodotti della montagna della Sila e dell'Aspromonte. E filiere di filiere.

Per affratellamento il marchio passa da una filiera ad un'altra, che, ad esempio, è complementare nell'alimentazione: come dallo shampoo al dentifricio, dall'olio, all'aceto, al vino; dalle borse, alle scarpe ai vestiti, al total look e ai profumi.

La capacità del marchio di espandersi ha trovato una modalità recente di ampliamento eterogeneo, mediante l'adesione al club. Il fenomeno è particolarmente diffuso nello sport, in relazione ai club sportivi, che generano un senso di appartenenza, come fenomeno di massa.

Così è possibile utilizzare il nome Juventus non solo per maglie o scarpe, che richiamano quelle impiegate nello sport, ma anche gadget come cinture, penne o matite. La fedeltà al club può indurre a preferire quel prodotto, perché ne beneficia la società sportiva di cui al marchio, ma anche perché si crea una comunità visibile fra coloro che si identificano con quel club, tifano per esso. Un tipico club può essere quello di coloro che sono "contro il pizzo".

Un altro, quello di coloro che amano i valori eco-ambientali mediterranei.

Di fronte a questi fenomeni di filiazione, affratellamento, affiliazione dei marchi si può parlare di un "diritto di famiglia" del marchio, con diritti e doveri reciproci e tutela verso l'esterno.

E anche di procreazione assistita: da esperti legali e di economia.

SEZIONE III

LA SPONSORIZZAZIONE, LA PUBBLICITA', LE SPESE DI RAPPRESENTANZA E IL LORO REGIME FISCALE

1. La sponsorizzazione, nella sua natura originaria, *allo stato puro*, è una pubblicità, con un contratto a prestazioni corrispettive tra lo *sponsorizzato* e lo *sponsor*. Il primo si impegna a legare il marchio o il nome dell'impresa a un suo bene o attività, il secondo a fornire risorse in denaro o in natura. Anche lo sponsor farà pubblicità di tale sponsorizzazione del suo brand. Entrambi debbono fare pubblicità all'essa, perché ne sia chiaro il legame.

In Italia questo tipo di contratto è "atipico" cioè non è regolato dal nostro codice civile sicché la sua definizione è soggetta a incertezze. È dato che, come vedremo, ciò ha importanti conseguenze, per il regime tributario delle spese di sponsorizzazione, tali incertezze ne hanno ostacolato lo sviluppo. Originariamente e anche attualmente le sponsorizzazioni sono soprattutto sviluppate nel mondo sportivo, perché il pubblico delle competizioni sportive è molto vasto e, per una parte rilevante di esse, dal calcio, al ciclismo, al tennis, allo sci, all'automobilismo si tratta di un pubblico internazionale. Tuttavia, esse – dal punto di vista sociale e civile e dal punto di vista economico – sono particolarmente importanti, per il mondo culturale, particolarmente in Italia, data la grande quantità di tesori artistici che abbiamo e l'esigenza di valorizzarli e dato che come si è visto i beni culturali hanno un valore in sé molto rilevante come "beni comuni dotati di valore di esistenza intrinseco", un valore economico molto rilevante come attrattori turistici

e un valore economico sociale molto rilevante per la formazione del capitale umano e per la conoscenza . Il problema delle incertezze sulla definizione di cosa siano le sponsorizzazioni, dal punto di vista dei contratti che riguardano i beni e servizi culturali era, dunque, di grandissima rilevanza. Fortunatamente esso stato risolto, nel 2004, con il codice dei beni culturali che, nel suo articolo né da una buona definizione. Esso, infatti, stabilisce che “1. E' sponsorizzazione di beni culturali ogni forma di contributo in beni o servizi da parte di soggetti privati alla progettazione o all'attuazione di iniziative del Ministero, delle regioni e degli altri enti pubblici territoriali, ovvero di soggetti privati, nel campo della tutela e valorizzazione del patrimonio culturale, con lo scopo di promuovere il nome, il marchio, l'immagine, l'attività o il prodotto dell'attività dei soggetti medesimi”.

“2. La promozione di cui al comma 1 avviene attraverso l'associazione del nome, del marchio, dell'immagine, dell'attività o del prodotto all'iniziativa oggetto del contributo, in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene culturale da tutelare o valorizzare, da stabilirsi con il contratto di sponsorizzazione”.

“3. Con il contratto di sponsorizzazione sono altresì definite le modalità di erogazione del contributo nonché le forme del controllo, da parte del soggetto erogante, sulla realizzazione dell'iniziativa cui il contributo si riferisce”.

2. Purtroppo, però, a questa efficace definizione non è seguita una altrettanto efficace procedura per attuare le sponsorizzazioni, perché esse sono state sottoposte, in larga misura, o alle procedure di gara riguardanti i contratti pubblici di sponsorizzazione dell'articolo 26 del Codice degli appalti

pubblici o a quelle “in deroga ” dell’articolo 27 , con un assieme di atti amministrativi complicati, basati su principii simili a quelli della gare di appalto, non solo nel caso di beni culturali appartenenti alle pubbliche amministrazioni, ma anche in quello di beni appartenenti a privati, consistenti di non profit , di imprese e di persone fisiche, se vi è un intervento finanziario pubblico . Le procedure, apparentemente meno gravose e complesse delle gare per le sponsorizzazioni culturali dell’articolo 26 del Codice dei contratti pubblici e quelle fuori da esso, previste dall’articolo 27, si complicano non solo in relazione al fatto che debbono incorporare i principi comunitari europei, riguardanti la concorrenza nelle forniture pubbliche, ma anche principi ad hoc pubblicisti riguardanti i beni culturali pubblici sicché il principio dell’autonomia contrattuale del diritto privato e dell’economia di mercato arretra e si rimpicciolisce di fronte al prevalere del principio della tutela dello interesse pubblico interpretato formalisticamente⁴⁰ . Ciò comporta, nei casi più importanti, di beni culturali pubblici, il passaggio di un notevole numero di anni prima che gli interventi da attuare con le procedure di appalto diventino operativi e nel frattempo le

⁴⁰ **Contratti relativi ai beni culturali (articoli 197-205 del Codice dei contratti pubblici**

Art. 197- (1)

Disciplina comune applicabile ai contratti pubblici relativi ai beni culturali (art. 1, comma 5, d.lgs. n. 30/2004)

1. Ai contratti di cui al presente capo si applicano, in quanto non derogate e ove compatibili, le disposizioni:
- della parte I (principi e disposizioni comuni e contratti esclusi in tutto o in parte dall'ambito di applicazione del codice);
- della parte II, titolo III, capo I (programmazione, direzione ed esecuzione dei lavori);
- della parte II, titolo III, capo II (concessione di lavori pubblici);
- della parte IV (contenzioso);
- della parte V (disposizioni di coordinamento, finali e transitorie).

2. Si applicano inoltre, in quanto non derogate, le disposizioni del titolo I (contratti di rilevanza comunitaria) ovvero del titolo II (contratti sotto soglia comunitaria) della parte II (contratti pubblici relativi a lavori, servizi, forniture nei settori ordinari), a seconda che l'importo dei lavori sia pari o superiore alla soglia di cui all'articolo 28, ovvero inferiore.

3. La disciplina della parte II, titolo III, capo III (promotore finanziario e società di progetto), si applica all'affidamento di lavori e servizi relativi ai beni culturali, nonché alle concessioni di cui agli articoli 115 e 117 del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, secondo le modalità stabilite dal regolamento di cui all'articolo 5.

(1) La Corte Costituzionale con la [sentenza 23 novembre 2007, n. 401](#) ha dichiarato inammissibile la questione di legittimità costituzionale del presente articolo, promossa, in riferimento all’art. 117 della Costituzione, dalla Regione Veneto.

opere culturali possono subire grossi danni, dovuti alla insufficienza delle cure a cui sono sottoposte, come è esemplificato dal caso, particolarmente eclatante, di Pompei. Da ultimo, ci si è convinti a far un maggior uso della regola europea che prevede che in caso di emergenze, si possano evitare le gare di appalto. Ovviamente nel caso di loro recupero, restauro e valorizzazione di beni di privati, che comportano interventi complessi, non conviene chiedere sovvenzioni pubbliche se si vogliono ricercare degli sponsor, perché ciò può comportare procedure troppo macchinose.

I contratti di sponsorizzazione culturali, attualmente sono distinti in quattro tipi

I) sponsorizzazione pura in cui lo sponsor si limita a finanziare l'intervento svolto a cura dello sponsorizzato

II) sponsorizzazione tecnica in cui lo sponsor svolge un compito molto esteso di progettazione e realizzazione di tutti o parte degli interventi che riguardano il progetto di restauro e riabilitazione e cura anche una parte delle le attività successive di valorizzazione del bene, ad esempio mostre ed eventi all'interno del monumento restaurato

III) sponsorizzazione mista con componenti di tipo I e II

IV) sponsorizzazione come adozione di un monumento: in cui lo sponsor si cura in permanenza del monumento "adottato" come suo tutore (si tratta di una estensione di II)

La seconda e la quarta tipologia mentre non comportano una vera gara di appalto, vanno attuate con le procedure formalizzate previste per i contratti di sponsorizzazione superiori a un modesto ammontare dal codice dei contratti pubblici articoli 26⁴¹.

⁴¹ Articolo 26 Contratti di sponsorizzazione (art. 2, co. 6, legge n. 109/1994; art. 43, legge n. 449/1997; art. 119, d.lgs. n. 267/2000; art. 2, d.lgs. n. 30/2004)

1. Ai contratti di sponsorizzazione e ai contratti a questi assimilabili, di cui siano parte un'amministrazione aggiudicatrice o altro ente aggiudicatore e uno sponsor che non sia un'amministrazione aggiudicatrice o altro ente aggiudicatore, aventi ad oggetto i lavori di cui all'allegato I, nonché gli interventi di restauro e manutenzione di beni mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del decreto legislativo 22 gennaio 2004,

La prima tipologia di sponsorizzazione consistente solo nella erogazione di una somma di denaro o nella dazione di specifici beni o servizi si traduce in un minore costo non comporta gare formalizzate per la scelta del fornitore, ma solo procedure di selezione trasparente degli sponsor secondo l'articolo 27 del Codice dei contratti pubblici⁴², mediante una selezione competitiva a cura della Pubblica Amministrazione, tanto più semplici quanto minori sono gli importi in gioco. La terza una selezione competitiva per la parte "semplice" secondo l'articolo 27 del codice dei contratti pubblici e la gara con la procedure dell'articolo 26 del Codice dei contratti pubblici per la parte "tecnica".

3. Le spese di sponsorizzazione, nella sponsorizzazione pura, in generale differiscono da quelle di rappresentanza perché in queste non vi è un obbligo di controprestazione del destinatario mentre nelle sponsorizzazioni i destinatari sono tenuti a pubblicizzare i brand delle ditte sponsorizzate e/o dei loro beni, in cambio delle somme ricevute. Ma l'esistenza di un contratto fra le parti di reciproca

n. 42, ovvero i servizi di cui all'allegato II, ovvero le forniture disciplinate dal presente codice, quando i lavori, i servizi, le forniture sono acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor per importi superiori a quarantamila euro, ⁽¹⁾ si applicano i principi del Trattato per la scelta dello sponsor nonché le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto.

2. L'amministrazione aggiudicatrice o altro ente aggiudicatore beneficiario delle opere, dei lavori, dei servizi, delle forniture, impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto.

2-bis. Ai contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali si applicano altresì le disposizioni dell'articolo 199-bis del presente codice ⁽²⁾.

(1) Le parole: "*per importi superiori a quarantamila euro*" sono state inserite dall'art. 20, [D.L. 9 febbraio 2012, n. 5](#), convertito con [L. 4 aprile 2012, n. 35](#).

(2) Comma aggiunto dall'art. 20, [D.L. 9 febbraio 2012, n. 5](#), convertito con [L. 4 aprile 2012, n. 35](#).

⁴² **Art. 27.**

Principi relativi ai contratti esclusi

1. L'affidamento dei contratti pubblici aventi ad oggetto lavori, servizi forniture, esclusi, in tutto o in parte, dall'ambito di applicazione oggettiva del presente codice, avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, proporzionalità. L'affidamento deve essere preceduto da invito ad almeno cinque concorrenti, se compatibile con l'oggetto del contratto. L'affidamento dei contratti di finanziamento, comunque stipulati, dai concessionari di lavori pubblici che sono amministrazioni aggiudicatrici o enti aggiudicatori avviene nel rispetto dei principi di cui al presente comma e deve essere preceduto da invito ad almeno cinque concorrenti. ⁽¹⁾

2. Si applica altresì l'articolo 2, commi 2, 3 e 4.

3. Le amministrazioni aggiudicatrici stabiliscono se è ammesso o meno il subappalto, e, in caso affermativo, le relative condizioni di ammissibilità. Se le amministrazioni aggiudicatrici consentono il subappalto, si applica l'articolo 118.

(1) Le parole: "*dall'applicazione del presente codice*" sono state così sostituite dal [D.L. 13 maggio 2011, n. 70](#). L'ultimo periodo è stato aggiunto nel 2012.

pubblicità della sponsorizzazione, requisito necessario perché questa sia una spesa di pubblicità, non è sufficiente per definire come tali tutte le sponsorizzazioni. Infatti si può fare un contratto fra due parti di reciproca propaganda del brand dello sponsor anche per riconoscere pubblicamente il servizio che lo sponsorizzato ha ricevuto, sebbene ciò non sia pubblicità rilevante per il pubblico. La questione è molto delicata perché mentre per il Testo Unico delle Imposte sul reddito le spese di pubblicità e quindi quelle di sponsorizzazione come pubblicità sono costi di produzione detraibili nell'anno in cui son fatte o in più anni (di norma quattro), le spese di rappresentanza, nel regime italiano, lo sono parzialmente, solo nei limiti e casi in cui l'autorità fiscale è disposta a riconoscerne la inerenza alla produzione del reddito. La ragione di ciò è che a volte queste spese sono, in realtà, atti di liberalità, regali che non danno beneficio commerciale all'impresa o lavoratore autonomo che le fa, ma solo un puro atto di generosità o servono solo a soddisfare il suo desiderio di far "bella figura" con le amministrazioni pubbliche o altri personaggi importanti che gli hanno chiesto il contributo, per essere facilitati nei rapporti con la comunità. Altre volte, invece, sono modi per ottenere vantaggi commerciali, come nel caso dei convegni e raduni che vengono fatti per un potenziale pubblico di acquirenti o come le "agendine" che a fine anno alcune banche e alcune istituzioni non profit mandano ai loro clienti, per mantenere il contatto con loro. Ci sono anche i viaggi gratuiti premio per gli esercenti di negozi che hanno venduto molti beni o servizi di un dato fornitore. Ma altre volte questi inviti a convegni e questi omaggi non sono dati per attirare una nuova potenziale clientela o premiare operatori che hanno venduto nella propria azienda beni o servizi di un dato fornitore, ma per "persuadere" i pubblici ufficiali che debbono decidere gli acquisti, come i medici di base delle ASL per i farmaci da prescrivere o i presidi per la adozione di testi scolastici.

4. Il Testo Unico delle imposte sui redditi (TUIR) non definisce le spese di sponsorizzazione, né adotta per esse un particolare regime, mentre (nell'articolo 108) adotta un apposito regime fiscale per le spese di pubblicità e per quelle di

rappresentanza e dà anche una definizione, sia pure non completa di queste. Questa definizione però varia nel tempo, facendo comprendere l'incertezza che regna su questa materia. Nella versione del 2008 del TUIR Esso infatti dispone che “Le spese di pubblicità e di propaganda sono deducibili nell'esercizio in cui sono state sostenute o in quote costanti nell'esercizio stesso e nei quattro successivi. Le spese di rappresentanza sono ammesse in deduzione nella misura di un terzo del loro ammontare e sono deducibili per quote costanti nell'esercizio in cui sono state sostenute e nei quattro successivi. Si considerano spese di rappresentanza anche quelle sostenute per i beni distribuiti gratuitamente, anche se recano emblemi, denominazioni o altri riferimenti atti a distinguerli come prodotti dell'impresa, e i contributi erogati per l'organizzazione di convegni e simili. Le predette limitazioni non si applicano ove le spese di rappresentanza siano riferite a beni di cui al periodo precedente di valore unitario non eccedente euro 25,82”.

Nella versione del 2013 l'articolo 108 invece dispone “Le spese di pubblicità e di propaganda sono deducibili nell'esercizio in cui sono state sostenute o in quote costanti nell'esercizio stesso e nei quattro successivi. Le spese di rappresentanza sono deducibili nel periodo d'imposta di sostenimento se rispondenti ai requisiti di inerenza e congruità stabiliti con decreto del Ministro dell'economia e delle finanze, anche in funzione della natura e della destinazione delle stesse, del volume dei ricavi dell'attività caratteristica dell'impresa e dell'attività internazionale dell'impresa. Sono comunque deducibili le spese relative a beni distribuiti gratuitamente di valore unitario non superiore a euro 50”

Il decreto del 2008 del Ministero delle Finanze, in vigore anche nel 2014, stabilisce un limite quantitativo entro il quale le spese di rappresentanza sono da considerare “congrue” rispetto al volume dei ricavi dell'attività caratteristica dell'impresa e, come tali, deducibili nell'esercizio in cui sono state sostenute (c.d. plafond di deducibilità). Le spese eventualmente eccedenti tale limite non

sono deducibili neppure negli anni successivi, perché non sono considerate inerenti alla attività produttiva.

L' Agenzia delle Entrate con la Circolare Ministeriale 13 luglio 2009, n. 34/E, chiarisce che sono spese di rappresentanza non solo le erogazioni gratuite per i clienti, ma anche quelle effettuate verso altri soggetti con cui l'impresa sia interessata a intrattenere rapporti, visto che sono spese per finalità promozionali (divulgazione sul mercato dell'attività svolta, di beni e servizi resi dall'impresa a clienti effettivi e potenziali) e di pubbliche relazioni (attraverso iniziative finalizzate a diffondere e consolidare l'immagine dell'impresa, ad aumentarne l'apprezzamento presso il pubblico, senza che esista una correlazione diretta con i ricavi).

5. Dunque le spese di rappresentanza sono atti di liberalità in denaro o natura a favore di clienti effettivi o potenziali ma anche di soggetti e iniziative che possono creare o accrescere la loro visibilità, e il miglioramento della immagine aziendale. In questo sono simili sponsorizzazioni, da cui differiscono perché sono gratuite per i destinatari. Ma ci sono gravosi limiti alla loro deducibilità e quindi per le spese di sponsorizzazione, nel caso in cui questa consista nella mera erogazione di somme di denaro o dazione di dati beni o servizi è fondamentale poter essere trattate come spese di pubblicità, non di sponsorizzazione. Si può sostenere che se lo sponsorizzato fa pubblicità allo sponsor sulla base di un contratto, cioè è sufficiente per classificare queste spese come pubblicità, interamente deducibile. Ma ciò non è esatto, perché per le spese di pubblicità per essere tali devono avere un nesso con i ricavi dell'impresa. Infatti la giurisprudenza della Cassazione -con la sentenza 2433 del 5 marzo 2012 ha chiarito che le spese di pubblicità sono quelle che, pur non essendo imputabili direttamente ai ricavi, vengono sostenute allo scopo di incrementare le vendite, perché si spera che consentano di acquisire nuova

clientela o permettano di ampliare il fatturato nei confronti della clientela esistente. Tali spese hanno una caratterizzazione di tipo “oggettivo” poiché si basano sull’esigenza di informare i consumatori circa l’esistenza di beni e servizi prodotti da una determinata azienda, con l’evidenziazione e l’esaltazione delle relative caratteristiche. Il caso in esame riguardava una sponsorizzazione sportiva a favore di un pilota effettuata da una società operante nell’impiantistica per imballaggi, che consisteva nella apposizione sulla vettura da corsa della scritta: “Marfin Packaging Machines Italy. La Cassazione ribadì il principio secondo cui le sponsorizzazioni sportive vengono considerate spese di rappresentanza quando sono effettuate senza che vi sia una diretta aspettativa di ritorno commerciale e risultano “idonee al più ad accrescere il prestigio dell’impresa”⁴³⁴⁴. Le spese di sponsorizzazione si considerano spese di pubblicità se sono effettuate per ottenere un incremento, più o meno immediato, della vendita, e volte alla pubblicizzazione di prodotti, marchi e servizi o comunque dell’attività svolta, le seconde sono sostenute senza una diretta aspettativa di ritorno commerciale, volte ad accrescere il prestigio e l’immagine dell’impresa e a potenziarne le possibilità. Nel caso in questione il contribuente non aveva allegato e provato qualsivoglia “diretta aspettativa al ritorno commerciale”, che potesse essere ragionevolmente riconducibile all’attività di un pilota professionista e all’apposizione sulla vettura da corsa della scritta “Marfin Packaging Machines Italy”, né aveva spiegato quale poteva essere la concreta finalità d’incremento commerciale, concernente la produzione d’impiantistica per imballaggi, nel contesto delle corse automobilistiche. In realtà, la ditta di imballaggi aveva sponsorizzato il pilota

⁴³ Nella sentenza del 15 Aprile 2011 n. 08679 la Corte di cassazione aveva qualificato come spese di rappresentanza le spese di sponsorizzazione perché con questa lo sponsor intendeva accrescere il prestigio della sua impresa e non ottenere un incremento delle vendite di propri beni o servizi. Ciò perché le squadre sponsorizzate si erano obbligate a mostrare sulle divise dei propri giocatori e su cartelloni pubblicitari nell’impianto sportivo il marchio di due società facenti parte del gruppo a cui apparteneva anche lo sponsor, che –quindi- non aveva alcun incremento specifico del proprio ricavo

perché le case automobilistiche che partecipano alle gare hanno bisogno di imballaggi per trasportare le loro attrezzature nei vari luoghi in cui si svolgono le gare, non perché il pubblico che le segue sia generalmente interessato a comperare macchine per imballaggi. Dunque era improbabile che questa sponsorizzazione servisse a incrementare le vendite, mediante una pubblicità, serviva ad accattivarsi la clientela con un omaggio e la scritta sulla vettura con il nome dell'impresa sponsorizzante serviva per ringraziarla dell'omaggio.

Il problema, dunque, che si pone per le spese di sponsorizzazione dei beni culturali, per ottenere la detrazione piena, come spese di pubblicità come costi produzione dello sponsor, è quello di dimostrare che esse hanno una diretta influenza sui ricavi dell'impresa e non una generica influenza sulla sua popolarità, che potrebbe, *eventualmente*, migliorane i ricavi.

Ciò è agevole per le sponsorizzazioni in cui lo sponsor svolge una sponsorizzazione tecnica o/e adotta un bene culturale e ne diviene tutore, se vi è una pubblicizzazione del suo brand nei monumenti che sponsorizza o nella sale e nelle locandine di annuncio delle attività culturali che esso sponsorizza (ad esempio un teatro lirico o una orchestra), perché il suo brand tende a identificarsi con quella entità culturale, rivolgendosi ai pubblici più diversi. Meno nel caso della sponsorizzazione pura, di natura occasionale.

6. Il fatto che la spesa per la sponsorizzazione pura possa essere ricondotta, dal punto di vista fiscale, a una spesa di pubblicità, non implica che il contratto di sponsorizzazione sia un contratto di pubblicità. Esso è più complesso, anche quando si tratti della sponsorizzazione pura, in cui lo sponsor si limita ad erogare una somma di denaro. Infatti, lo sponsorizzato, quando si tratta di restauro di monumenti, spesso, si impegna anche a concedere spazi pubblicitari, sui muri esterni e all'interno della struttura, dunque a fare contratti pubblicitari, con lo

sponsor. E, in ogni caso, la sponsorizzazione culturale dà al brand non solo maggior notorietà e visibilità, ma ne arricchisce l'immagine, la nobilita. Il "dono" che esso riceve, quello della associazione del suo nome con quello dello sponsorizzato, quando si tratta del restauro di un monumento, che esso ha finanziato, è simile a quello di fregiarsi di un titolo di studio o di un cavalierato o una commenda. Non è qualcosa che si è pagato e basta è qual cosa che si è meritato. Infatti è lo sponsorizzato che decide a chi dare il diritto a fregiarsi del proprio nome e con quali modalità. Lo specifica il codice dei beni culturali ove precisa che essa deve avvenire" in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene culturale da tutelare o valorizzare, da stabilirsi con il contratto di sponsorizzazione".

Nel caso II, III e soprattutto nel IV, queste conseguenze si ampliano, perché il contratto generale di sponsorizzazione ne genera molti altri. Così nel caso del Colosseo lo sponsor per la sponsorizzazione tecnica, che comporta una vera e propria adozione del monumento (e in quello futuro di Pompei), per la gestione della sponsorizzazione, lo sponsor crea una apposita società A, che sopporta i costi dei lavori di restauro e manutenzione e una parte rilevante dei costi di gestione del monumento che ha adottato. Tale società consegue varie specie di ricavi: quelli di gestione di servizi aggiuntivi di ristorante, bookshop, parcheggio, sale per eventi (come convegni nuziali e spettacoli) interni ed esterni al monumento. Inoltre la società A potrà ottenere ricavi dalla cessione, anche sul mercato, al di fuori del monumento, di pubblicazioni, CD, film, che riguardano la storia del monumento sponsorizzato e il suo restauro. Infine essa avrà introiti per la pubblicità dei vari brand del gruppo sponsorizzante.

