



Dipartimento: Scienze Politiche

Cattedra: Macroeconomia

**Cultura ed Economia:
il tempo che l'Italia non può più perdere**

RELATORE

Professor Canofari Paolo

CANDIDATA

Franco Chiara

080962

ANNO ACCADEMICO 2017/18

INDICE

INTRODUZIONE	3
1. ECONOMIA DELLA CULTURA.....	4
1.1 La cultura come capitale	4
1.2 Creatività e industria culturale.....	6
1.3 Gli ostacoli della disciplina.....	8
1.3.1 L'economia del benessere tra difetto di autosufficienza e bene pubblico	8
1.3.2 I casi di fallimento di mercato	9
1.3.3 La sindrome di Baumol	10
2. LA FILIERA CULTURALE E CREATIVA IN ITALIA	12
2.1 Il valore economico delle ICC	15
2.2 Lo scenario nazionale	17
2.2.1 L'offerta nazionale	17
2.2.2 La domanda nazionale	26
2.2.3 Import ed export	37
3. POLITICHE PER LA CULTURA: IL RUOLO DEL GOVERNO.....	38
3.1 La normativa culturale in Italia dalle origini ad oggi	38
3.1.1 L'impatto economico della Riforma Franceschini sul sistema museale	40
3.2 Il finanziamento della cultura tra pubblico e privato	42
3.2.1 La dimensione pubblica	42
3.2.2 La dimensione privata e il contributo dell'Art bonus	43
CONCLUSIONI.....	45
Bibliografia.....	47

INTRODUZIONE

La coppia che intreccia economia e cultura mostra, a seconda della collocazione geografica di cui si parla, un consolidamento più o meno massiccio. Ma in ogni caso, presente. Non è, dunque, più possibile avvicinarsi al binomio in questione utilizzando un approccio ipotetico e potenziale, poiché, nonostante il risvolto economico dell'industria culturale in molti casi non si veda realizzato a pieno, esso è una realtà effettiva e comprovata. Sul piano internazionale, accade spesso che l'economia della cultura venga curata ed impreziosita dalla consapevolezza che alcuni Paesi, come quelli scandinavi o alcune zone in particolare degli Stati Uniti, ripongono nei confronti del suo valore. In questi casi, la cultura è in grado di affondare le proprie radici in un terreno fertile che le permette di diramarsi nelle più svariate direzioni e di produrre i frutti più succosi.

In Italia, l'importanza della cultura e le sue potenzialità vengono incoraggiate solennemente all'interno dell'Art. 9 della Costituzione: "La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica. Tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione". Nonostante l'andamento economico della filiera culturale produca, specie negli ultimi anni, dei risultati più che positivi, il Bel Paese è lontano da una reale valorizzazione del proprio patrimonio artistico e culturale.

In questo senso, il presente elaborato si propone l'obiettivo di descrivere i dati relativi al settore di discussione, nonché di interpretarne l'andamento, al fine di individuare i punti forti e le debolezze dell'ecosistema che nutre l'industria culturale italiana.

Nello specifico, il primo capitolo opera una breve introduzione teorica alla recente disciplina dell'Economia della cultura, andando a definire il capitale culturale come oggetto di studio di quest'ultima e l'industria culturale e creativa come cuore pulsante dell'organismo, nonché individuando le difficoltà della materia.

Il secondo e il terzo capitolo, invece, analizzano, mediante un approccio tipicamente macroeconomico, l'attività dei diversi operatori presenti all'interno della filiera. Nel primo caso, si andrà ad individuare il ruolo delle imprese all'interno dell'offerta nazionale presente, quello delle famiglie, con la composizione della domanda culturale vigente ed infine il peso dell'intervento delle attività di import ed export nel caso dell'operatore estero.

Il terzo capitolo, invece, metterà in evidenza la posizione del governo e delle scelte di politica fiscale operate nei confronti del settore culturale, nonché i risvolti da esse prodotti.

La misurazione economica della cultura, che all'interno di questa tesi trova piena applicazione, diventa uno strumento attraverso cui evidenziare le carenze del sistema nazionale nei riguardi di ciò che di più prezioso esso dispone, ma non in un'ottica pessimista e negativa, bensì con l'intento di riconoscere come il nostro Paese sia potenzialmente in grado di rialzarsi sfruttando nient'altro che la propria natura.

1. ECONOMIA DELLA CULTURA

1.1 La cultura come capitale

Il campo semantico a cui la parola Cultura viene solitamente associata è individuato nell'intersezione tra una molteplicità di elementi ed ambiti tra loro differenti, pertanto nella ricerca di una definizione esaustiva è indispensabile tenere conto dell'eterogeneità intrinseca alla natura del termine. Il contesto di applicazione del settore culturale viene generalmente individuato nel "complesso delle istituzioni sociali, politiche ed economiche, delle attività artistiche e scientifiche, delle manifestazioni spirituali e religiose che caratterizzano la vita di una determinata società in un dato momento storico"¹. Con la seguente demarcazione viene a delinearsi la complessità caratteristica del comparto in questione, i cui beni e servizi godono di quella che lo studioso Walter Santagata² ha definito duplice natura – simbolica e mercantile. A confermare questa posizione, interviene l'effettiva possibilità di conferire alla cultura una varietà di ruoli che spaziano dalla sfera politica, a quella sociale, fino a raggiungere quella di maggiore interesse del seguente elaborato, la dimensione economica. Potente veicolatore di valori, nonché catalizzatore per il dialogo interculturale e l'integrazione territoriale e sociale, la cultura fornisce infatti un contributo diretto all'economia, inserendo nel mercato veri e propri beni di consumo, quali libri, mostre d'arte, spettacoli teatrali e musicali, film, etc.

L'accostamento tra i termini cultura ed economia si afferma gradualmente a partire dagli anni Sessanta. Tra le cause della comparsa del nuovo binomio sono da annoverare la pluralità di approcci, discipline e percorsi formativi innovativi elaborati in risposta ai processi di globalizzazione che hanno mano a mano coinvolto ogni aspetto della società contemporanea. Già sul finire dell'Ottocento, però, Max Weber fornisce quello che David Throsby³ definisce nel suo libro *"Economia e cultura"* come il più celebre apporto in questo ambito. Così come accennato da Adam Smith nell'analisi riguardante la divisione del lavoro, nel saggio *"L'etica protestante e lo spirito del capitalismo"*, il sociologo tedesco getta le premesse della disciplina, individuando un legame diretto tra il contesto culturale in cui si sviluppano le attività economiche e gli stessi effetti economici. Tale connessione sarebbe motivata dal fatto che se dati sistemi economici si affermano in presenza di determinati ambienti culturali, allo stesso modo anche quest'ultimi si collocano all'interno di specifiche condizioni economiche e pertanto possono essere analizzati mediante strumenti economici. Successivamente alla prefazione di Weber, i primi ad esprimersi sul rapporto tra cultura ed economia utilizzando un approccio scientifico sono Baumol e Bowen, che nel 1966 pubblicano *Performing Arts: The Economic Dilemma*, tutt'oggi considerato uno dei testi cardine della disciplina. È a partire da questo contesto che si diffonde una progressiva presa di coscienza della capacità connaturata al valore culturale di generare valore economico: in questo senso, infatti, viene confermata la tesi secondo cui un consumatore si rivela potenzialmente disposto a

¹ Enciclopedia Treccani (s.d.). Tratto da: <http://www.treccani.it/enciclopedia/cultura/>

² Fondatore del Centro Studi Silvia Santagata-Ebla, è stato professore di Scienza delle Finanze ed Economia presso l'Università di Torino.

³ Professore di Economia all'Università di Macquaire di Sydney, Australia. È stato membro del comitato scientifico per i *"World Culture Reports"* dell'Unesco, nonché presidente della Association for Cultural Economics International.

pagare un prezzo superiore per un determinato bene o servizio, nel momento in cui questo comprenda un contenuto culturale. A tal proposito, David Throsby introduce il concetto di capitale culturale, la cui peculiarità è quella di essere “un bene capitale che incorpora, preserva e fornisce valore culturale in aggiunta a qualunque valore economico esso possieda⁴”. Il capitale culturale consta di due componenti chiave – tangibile ed intangibile –, la cui differenza è ben illustrata all’interno dell’opera curata da Buratti e Ferrari: i due studiosi spiegano come, nel primo caso, un bene tangibile goda di un dato “valore economico determinato sia dal valore intrinseco (o patrimoniale) del bene, sia dal flusso di servizi che il bene, considerato come capitale, è in grado di fornire. Il valore culturale”, aggiungono, “(nelle sue varie declinazioni di valore estetico, spirituale, sociale, storico, simbolico, di autenticità), normalmente contribuisce ad accrescere tale valore economico⁵”. L’esempio di riferimento, in questo caso, è identificato nel museo d’arte, il quale possiede un valore economico dato dalla somma del valore patrimoniale dell’edificio (contenitore) e della collezione (contenuto), nonché dal flusso di servizi elargiti. Nel secondo caso, invece, si fa leva sul concetto di externalità positiva di un bene. In questo senso, infatti, i fattori intangibili del patrimonio culturale (anche definito capitale intellettuale), i quali si esprimono sotto forma di prassi, idee, valori e convinzioni condivisi da una collettività, nonché come produzione artistica (letteratura, musica, etc.), “hanno un valore culturale elevato, ma nessun valore economico, poiché lo stock del patrimonio letterario e musicale, l’insieme delle credenze o usanze culturali, il linguaggio, non possono essere messi in commercio come beni (ad eccezione dell’acquisto e vendita dei diritti sui futuri guadagni, come nel caso dei diritti d’autore). Essi producono valore economico attraverso il flusso di servizi a cui danno origine; e tale valore potrebbe aumentare grazie al loro valore culturale⁶”.

Un ulteriore contributo al tentativo di mettere quanto più a fuoco possibile l’oggetto di studio dell’economia della cultura è stato fornito dall’UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*), che ha dichiarato che “la cultura in senso lato può essere considerata come l’insieme degli aspetti spirituali, materiali, intellettuali ed emozionali unici nel loro genere che contraddistinguono una società o un gruppo sociale. Essa non comprende solo l’arte e la letteratura, ma anche i modi di vita, i diritti fondamentali degli esseri umani, i sistemi di valori, le tradizioni e le credenze⁷”. Tale definizione sottolinea un fondamentale aspetto caratteristico della disciplina, quello del transculturalismo. Abbozzato in primis dall’antropologo statunitense James Clifford e ribadito all’Art. 1 della “*Dichiarazione Universale sulla Diversità Culturale*” (adottata all’unanimità dalla stessa UNESCO), il sopra nominato principio sostiene che la cultura muti la propria forma a seconda delle condizioni spaziali e temporali in cui si sviluppa. In ultima istanza è quindi possibile affermare che, come accennato in principio, essa assolva ad una molteplicità di funzioni, da quella formativa, a quella sociale, sino a toccare le dimensioni politica ed economica. Gli obiettivi che essa permette di perseguire non sono, infatti, limitati alla creazione di nuova ricchezza o all’affermazione

⁴ D. Throsby (2005). *Economia e cultura*. (A cura di W. Santagata & Trad. C. Bartolini) Bologna, Il Mulino, p. 76

⁵ Aa. Vv. (2011). *La valorizzazione del patrimonio di prossimità tra fragilità e sviluppo locale. Un approccio multidisciplinare*. (A cura di N. Buratti, C. Ferrari) Milano, Franco Angeli, p. 39

⁶ *Ivi*, p. 40

⁷ UNESCO (1982). *Conferenza mondiale sulle politiche culturali*. Città del Messico.

di una coesione sociale sempre maggiore, ma si ampliano anche all'incremento del livello di istruzione e dunque al miglioramento della qualità della vita del Paese o della comunità in questione.

1.2 Creatività e industria culturale

Come affrontato nel primo paragrafo, il progressivo affermarsi del fattore culturale come caposaldo delle società odierne, al pari di altri elementi guida dell'era contemporanea quali la politica e il diritto, ha permesso a questo di espandersi a macchia d'olio, sino a conquistare una propria indipendenza riconosciuta nella nascita dell'Economia della cultura quale disciplina a sé stante. Ma qual è la matrice su cui il sistema economico culturale erge le proprie fondamenta? Un significativo contributo rispetto a tale interrogativo è stato fornito dagli studiosi della Scuola di Francoforte T.W. Adorno e M. Horkheimer⁸, che nel 1947 ebbero la lungimiranza di affiancare al termine cultura la parola industria, sostenendo che così come la seconda, anche la prima fosse scandita dalle caratteristiche tipiche della produzione, quali la funzione comunicativa del prodotto assemblato e la sua riproducibilità. Partendo da questo presupposto, i maggiori giocatori attivi sul versante produttivo dell'economia della cultura si rivelano dunque essere proprio le industrie culturali e la creatività che le muove. Il concetto di creatività è stato introdotto in Europa per la prima volta nell'Inghilterra degli ultimi anni Novanta, in occasione dell'assegnazione ad un gruppo di esperti da parte del Ministro britannico per la Cultura, i Media e lo Sport di un progetto atto ad etichettare il campo d'azione della cosiddetta "industria creativa"⁹. Tale classificazione raggiunge il nostro Paese ben vent'anni più tardi: in Italia, infatti, l'impresa culturale e creativa viene riconosciuta come tale solo con la legge di stabilità del 2018, nata – nella parte riguardante il settore culturale – dalla penna dell'ex Ministro dei beni e delle attività culturali e del turismo Dario Franceschini. Questa prima differenza in termini temporali fa riflettere sulla scarsa reattività relativa al settore culturale che il nostro Paese non ha ancora smentito, dimostrandosi – vent'anni fa come oggi – estremamente esposto alla necessità di rivisitare e valorizzare la propria idea di creatività al fine di poter attuare un nuovo processo di sviluppo sia a livello nazionale, sia in una prospettiva internazionale, così come Santagata accenna nel suo *Libro Bianco sulla Creatività*¹⁰. L'obiettivo di evidenziare e realizzare le potenzialità socio-economiche delle industrie culturali viene perseguito anche e soprattutto dalle istituzioni governative dell'Unione Europea: nel 2006 la Direzione Generale per l'Educazione e la Cultura della Commissione Europea ha infatti diretto i lavori del cosiddetto *Jan Figel Report* (anche noto come *The Economy of Culture in Europe. Study prepared for the European Commission*), nel quale vengono individuati due macro settori, quali il settore culturale e quello creativo. Nel primo caso si parla dell'insieme delle attività artistiche tradizionali e delle industrie culturali, nonché dei prodotti prettamente culturali a cui esse danno origine; il secondo caso, invece, rappresenta una categoria residuale all'interno della quale rientrano tutte le altre industrie ed attività che sfruttano il fattore culturale come strumento attraverso cui creare un valore aggiunto

⁸ M. Horkheimer, T.W. Adorno (1947). *Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments*. Gunzelin Schimid Noerr, cfr. p. 94-136, capitolo 4 "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception"

⁹ Creative Industries Task Force of the London Department for Culture, Media and Sport (1998). *Creative Industries Mapping Documents* tratto da gov.uk: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>

¹⁰ Cfr. W. Santagata (2009). *Libro Bianco sulla Creatività*. Milano. Università Bocconi Editore.

per il proprio prodotto. Nel primo sottoinsieme delle Arti rientrano le Arti Visive, le Arti dello Spettacolo e i Patrimoni; mentre le Industrie culturali assorbono Radio e Tv, Film e Video, Musica, Editoria e Videogiochi. Il subsettore delle attività creative, invece, coinvolge il design, la pubblicità e l'architettura, a cui si affiancano tutte le tecnologie riguardanti informazione e comunicazione inglobate nelle industrie connesse (la suddivisione viene illustrata nella figura 1).

CIRCLES	SECTORS	SUB- SECTORS	CHARACTERISTICS
CORE ARTS FIELD	Visual arts	Crafts Paintings – Sculpture – Photography	<ul style="list-style-type: none"> • Non industrial activities. • Output are prototypes and “potentially copyrighted works” (i.e. these works have a high density of creation that would be eligible to copyright but they are however not systematically copyrighted, as it is the case for most craft works, some performing arts productions and visual arts, etc).
	Performing arts	Theatre - Dance – Circus - Festivals.	
	Heritage	Museums – Libraries - Archaeological sites - Archives.	
CIRCLE 1: CULTURAL INDUSTRIES	Film and Video		<ul style="list-style-type: none"> • Industrial activities aimed at massive reproduction. • Outputs are based on copyright.
	Television and radio		
	Video games		
	Music	Recorded music market – Live music performances – revenues of collecting societies in the music sector	
	Books and press	Book publishing - Magazine and press publishing	
CIRCLE 2: CREATIVE INDUSTRIES AND ACTIVITIES	Design	Fashion design, graphic design, interior design, product design	<ul style="list-style-type: none"> • Activities are not necessarily industrial, and may be prototypes. • Although outputs are based on copyright, they may include other intellectual property inputs (trademark for instance). • The use of creativity (creative skills and creative people originating in the arts field and in the field of cultural industries) is essential to the performances of these non cultural sectors.
	Architecture		
	Advertising		
CIRCLE 3: RELATED INDUSTRIES	PC manufacturers, MP3 player manufacturers, mobile industry, etc...		<ul style="list-style-type: none"> • This category is loose and impossible to circumscribe on the basis of clear criteria. It involves many other economic sectors that are dependent on the previous “circles”, such as the ICT sector.

: “the cultural sector”
 : “the creative sector”

Figura 1. Le componenti dei settori culturale e creativo ricostruite dall'indagine condotta dalla Commissione Europea. Fonte: dati KEA European Affairs (2006). *The Economy of Culture in Europe*.

La classificazione effettuata dalla Commissione Europea trova l'approvazione internazionale due anni più tardi, in occasione della Conferenza delle Nazioni Unite sul Commercio e lo Sviluppo (UNCTAD), conclusasi con la pubblicazione del *Creative Economy 2008*. All'interno di questo documento vengono definite quattro

principali aree di rilevanza economica che ricordano quelle del modello comunitario: al primo posto troviamo il patrimonio culturale con musei, monumenti, archivi e biblioteche; a questo seguono le arti visive e dello spettacolo, concernenti i risultati dell'espressione artistica come oggetti d'arte e spettacoli; il bronzo va ai media, con musica, libri e film e infine si collocano le industrie creative, identificate nei beni e servizi il cui forte valore simbolico supera quello funzionale, quali i prodotti di design e moda, l'advertising, i videogiochi o i software.

Questa graduale presa di coscienza nei confronti del settore culturale e delle sue qualità competitive, è sintomo evidente di una sempre più diffusa propensione della comunità internazionale ad ampliare il proprio ventaglio di opportunità dal punto di vista economico. Nonostante tali premesse, però, l'economia della cultura presenta, in quanto disciplina non ancora pienamente strutturata, alcune lacune che gli studiosi del settore hanno analizzato in maniera puntuale e che verranno illustrate nel paragrafo che segue.

1.3 Gli ostacoli della disciplina

1.3.1 L'economia del benessere tra difetto di autosufficienza e bene pubblico

Lo studio dell'economia pubblica presuppone la distinzione tra le scienze sociali etichettate come teoria positiva e teoria normativa. Nel primo caso, la realtà viene analizzata in modo semplice, evidenziando esclusivamente gli aspetti economici considerati rilevanti. Diversamente, il secondo caso coinvolge il concetto di ottimo sociale e ricerca una serie di strumenti finalizzati a raggiungerlo. Nell'ambito dell'economia pubblica, la teoria normativa ha acquistato un valore talmente importante da essersi guadagnata una propria autonomia, riconosciuta sotto il nome di Economia del benessere. La finalità di tale disciplina è quella di individuare i metodi attraverso cui raggiungere l'organizzazione ottimale all'interno di un sistema economico – ossia la quantità di beni e servizi da produrre, nonché la loro distribuzione – così da rendere concreta una situazione di massimo benessere collettivo. I caratteri distintivi della materia in questione sono due: l'attenzione rivolta alla natura e al ruolo dello Stato e l'importanza del principio di Pareto¹¹. L'intervento dello Stato è la risposta dell'Economia del benessere al difetto di autosufficienza tipico del settore dei beni culturali, il quale necessita di un sostegno esterno per perpetrare la propria sussistenza; rispetto al principio di efficienza paretiana, invece, la teoria sfrutta due teoremi atti a definire un ottimo sociale. In questo senso, il primo afferma che la condizione che permette il raggiungimento dell'ottimo paretiano è quella di concorrenza perfetta, fatta eccezione per le situazioni in cui vengono a generarsi fallimenti di mercato. Il secondo teorema postula che, una volta individuato un criterio distributivo, l'allocatione di ottimo paretiano sarà raggiungibile a partire dall'equilibrio concorrenziale, escludendo qualsiasi perdita di efficienza. È dunque possibile concludere che, nonostante l'economia decentrata e concorrenziale contribuisca in modo significativamente positivo da un

¹¹ “Se gli uomini sono razionali, dovrebbe esservi unanime consenso che se, a parità di impiego di fattori, con la tecnica A posso produrre x beni e con la tecnica B posso produrre $y=x+1$ beni, la tecnica B sia preferibile alla tecnica A. Con riguardo allo scambio, il principio di Pareto afferma che, dovendo distribuire tra gli individui della società una certa quantità di beni, una riallocazione delle risorse che migliori il benessere di un individuo senza arrecare danno agli altri rappresenta un miglioramento del benessere per la società”. P. Bosi (2000). *Corso di scienza delle finanze*. Bologna. Il Mulino, p. 21.

punto di vista normativo, sul versante dell'utilità essa non è in grado di garantire l'affermazione della soluzione desiderata di *first best*. Situazioni di *second best* sono quotidianamente presenti nella realtà di oggi, poiché la carenza o totale assenza delle condizioni di concorrenza perfetta, nonché la necessità di impiegare strumenti non neutrali per la continua ricerca di equilibri distributivi e per l'introduzione di una tassazione necessaria al finanziamento della spesa pubblica, rappresentano il terreno fertile su cui l'inefficienza preme le proprie radici. Come affermato in precedenza, l'Economia del benessere si rivela quindi un modello particolarmente efficiente per lo studio delle politiche economiche che concernono i beni pubblici. Le principali caratteristiche di un bene pubblico sono, infatti, l'assenza di rivalità ed il complementare principio di non esclusione, che indicano rispettivamente il fatto che il consumo di un bene pubblico da parte dell'acquirente A non impedisca ad un altro acquirente B di esercitare lo stesso utilizzo e l'impossibilità di estromettere anticipatamente un consumatore dall'utilizzo del servizio in questione; ne consegue che la curva di domanda di un bene pubblico viene a costituirsi sulla base della somma verticale delle domande individuali, mentre, al contrario, per i beni privati è prevista la somma orizzontale delle singole domande. La terza ed ultima qualità dei beni pubblici è l'indivisibilità, definita da Samuelson come l'impossibilità di limitare la disponibilità del bene ad un solo individuo che ne faccia richiesta, poiché esso diventa automaticamente accessibile a tutti (se, per esempio, una determinata area costiera viene inquinata, chiunque e qualsiasi cosa vi entrerà in contatto ne subirà le conseguenze).

La cultura e i beni e i servizi da essa proposti inglobano tutti e tre i caratteri appena descritti, pertanto possono essere considerati beni pubblici dove, però, il singolo consumatore è sostituito dallo Stato e la cui determinazione del prezzo risulta, per definizione, complessa, poiché non esiste un modo per escludere dal consumo chi non paga.

1.3.2 I casi di fallimento di mercato

Il precedente paragrafo rivela dunque come gli individui non siano interessati ad esprimere le proprie preferenze rispetto ad un bene pubblico (fenomeno denominato *free riding*¹²), poiché nel momento in cui un'unità di tale bene viene resa disponibile, chiunque potrà trarne vantaggio senza possibilità di esclusione. La conseguenza diretta è la cosiddetta valutazione marginale, la quale rappresenta il primo caso di fallimento di mercato all'interno del sistema economico del settore cultura. In presenza di tali circostanze, infatti, la quantità ottimale del bene che dovrebbe essere prodotta viene sottovalutata a causa della carenza informativa relativa alle preferenze dei consumatori, la cui somma dovrebbe corrispondere al prezzo che copre il costo. Così facendo, le imprese non raggiungono la situazione desiderata di *first best*, ma si crogiolano in una condizione di inefficienza che le vede operare in perdita. Vi sono poi altre tre possibili cause di fallimento: l'asimmetria informativa, la difficoltà nel trovare un accordo che sia vantaggioso per ognuna delle parti in

¹² Nel linguaggio economico, chi usufruisce di un bene pubblico senza pagare alcun prezzo per esso. Tratto da: <http://www.treccani.it/enciclopedia/free-rider/>

gioco e la sussistenza di esternalità. Nel primo caso, gli operatori presenti nel mercato non sono tutti in possesso delle stesse informazioni, al contrario di ciò che accade in un regime di concorrenza perfetta; l'esempio emblematico della seconda situazione è, invece, il monopolio, che vede l'unico venditore del bene perseguire la massimizzazione del proprio profitto, senza badare a quella del consumatore, in quanto unico soggetto in grado di fornire tale prodotto; infine, le esternalità si presentano nel momento in cui alcune variabili che influenzano la spesa di produzione o l'utilità di un fruitore vengono influenzate in modo diretto dalla decisione di produzione o di consumo di un altro ente, il cui effetto non è compensato né valutato. Quest'ultimo può assumere accezione negativa (il caso di un'industria che inquina l'atmosfera circostante ad una zona abitata) o positiva (un'azienda che brevetta un software la cui licenza diventa proprietà di un'altra azienda). Per quanto riguarda l'argomento cardine della presente tesi, è possibile affermare che i beni culturali generano effetti positivi sia sui consumatori diretti, sia su altri soggetti: i mercati coinvolti nel settore sono, infatti, particolarmente legati ed interdipendenti l'uno dall'altro e ciò implica una crescita positiva di ognuno degli operatori coinvolti, siano essi parte del sistema economico culturale in modo diretto o indiretto.

1.3.3 La sindrome di Baumol

Nel 1966, Baumol e Bowen pubblicano *Performing Arts: The Economic Dilemma*, opera generalmente riconosciuta come la prima analisi dell'arte dal punto di vista economico. Essa, infatti, indaga in modo puntuale le patologie di cui soffre il sistema economico culturale e, alla luce di ciò, elabora la cosiddetta legge di Baumol. Tale postulato individua un'incomprimibile tendenza all'aumento dei costi relativi nei settori nei quali una modifica della tecnologia di produzione implica necessariamente uno snaturamento del prodotto, anche noti come settori stagnanti. A tal proposito, Michele Trimarchi nel suo libro *Economia e cultura. Organizzazione e finanziamento delle istituzioni culturali* spiega come "l'attività produttiva risulta divisa in due settori, uno dei quali progressivo, l'altro stagnante; la differenza è data dalla diversa opportunità che ciascuno dei due settori ha di incorporare il progresso tecnologico nella propria funzione di produzione¹³". La branca dei beni culturali è senza dubbio classificabile come stagnante: come sostiene Marco Mariano in un articolo per *La Piazza Magazine*¹⁴, infatti, non vi è alcuna possibilità di ridurre i nove ruoli solisti nella *Turandot* di Puccini o di sostituire la performance dell'orchestra con una registrazione, senza compromettere la qualità della rappresentazione in senso negativo. La difficoltà o la totale impossibilità di sostituire il lavoro umano con tecnologie innovative, cosa che invece in altri ambiti è recepita come prassi, rende la sfera culturale particolarmente debole ed esposta ad un processo i cui risultati sono tutt'altro che incoraggianti. In questo senso Trimarchi prosegue sostenendo che "i costi per unità di prodotto –costanti nel settore progressivo– risulteranno progressivamente crescenti nel settore stagnante, che si vedrà costretto a praticare prezzi sempre più alti per continuare a vendere il proprio prodotto senza incorrere in perdite. Ciò comporterà una contrazione

¹³ M. Trimarchi (2002). *Economia e cultura. Organizzazione e finanziamento delle istituzioni culturali*. Milano. Franco Angeli, p. 35

¹⁴ Cfr. M. Mariano (s.d.). Tratto da *lapiazzamagazine.com*: <http://www.lapiazzamagazine.com/la-sindrome-di-baumol/>

della domanda e, consequenzialmente, della produzione, e dunque il progressivo trasferimento delle risorse produttive dal settore stagnante a quello progressivo. Il settore dei servizi, pertanto, e quello culturale che ne costituisce un sottoinsieme, sono destinati all'estinzione, salvo che un finanziatore esterno ne sostenga il fabbisogno finanziario eliminando il crescente divario fra costi e ricavi con contributi il cui ammontare deve essere, dunque, sempre più elevato¹⁵. Questo significa inoltre che i settori cosiddetti progressivi, avvalendosi di tecniche produttive capital-intensive atte ad un aumento della produttività del lavoro, sono la causa di un abbassamento dei costi di produzione ed un conseguente incremento nel tempo del reddito degli occupati; cosa che, al contrario, non può avvenire all'interno dei settori stagnanti.

I punti cardine su cui si regge la critica alla sindrome elaborata dai due studiosi statunitensi sono due: il primo, proveniente principalmente da Throsby, sostiene che la natura stagnante del settore culturale sia un problema, ma che esso non debba necessariamente soffrire del morbo di Baumol. In questo senso, si fa riferimento al fatto che spesso la crescita del settore produttivo non si manifesta, tant'è che è possibile risalire a diverse epoche storiche caratterizzate da settori produttivi apparentemente progressivi che, al contrario, si sono rivelati stagnanti (ne è un esempio la produttività del lavoro durante gli anni Settanta). Oltre a ciò, viene avanzata l'affermazione secondo cui l'innovazione e le nuove tecnologie non sono elementi completamente estranei al settore di discussione: l'accesso diretto al mondo dell'arte intesa nel suo senso più ampio, nonché l'amplificata visibilità di cui gli artisti possono oggi godere nell'esposizione delle proprie opere online è solo uno dei risvolti che l'avvento del web ed il successivo adattamento ad esso da parte dell'universo artistico e culturale ha portato con sé.

Giunti a questo punto, è possibile affermare che la prospettiva generale non sia senz'altro delle migliori: incremento della produttività e delle professionalità, costante miglioramento dell'organizzazione interna all'impresa ed attivazione di economie di scala sono elementi imprescindibili per una struttura economica efficiente e il fatto che il settore culturale incontri considerevoli difficoltà a realizzarli costituisce un reale problema. È in questo contesto che si colloca la dimensione politica. “Forse non c'è altro settore in cui il rapporto tra economia e cultura sia più diretto che in quello delle politiche pubbliche¹⁶”, avrebbe affermato Throsby: la scelta che prevede la decisione da parte della società di destinare o meno risorse finanziarie atte al sostentamento del settore non è altro che di tipo politico ed è lo stesso Throsby ad individuare le tre modalità mediante le quali i governi possono intervenire in questo ambito. In prima battuta si fa riferimento alle comunità che non nutrono alcun tipo di interesse nei confronti delle arti e che pertanto vi destinano una spesa minima; a seguire vi sono le società in cui governo ed opinione pubblica credono che le arti siano fondamentali e che per questo vadano sostenute. L'ultimo caso invece è quello in cui “i sussidi pubblici all'arte potrebbero essere considerati come il risultato di un comportamento di *rent seeking* da parte di individui e imprese

¹⁵ M. Trimarchi (2002). Op. cit. p. 35

¹⁶ D. Throsby (2005). *Economia e cultura*. Bologna. Il Mulino, p. 193.

nell'industria dell'arte che riescono a inserirsi nel processo di creazione dei finanziamenti e volgerlo a loro vantaggio¹⁷». È dunque evidente che

“una politica culturale illuminata nell'era moderna possa essere quella che cerca di dare forma ad una coalizione cooperativa per raggiungere degli obiettivi culturali nella società, una partnership in cui enti pubblici, ONG e il settore aziendale trovano un incentivo per lavorare insieme invece che in maniera indipendente. In questo scenario politico è possibile immaginare che i governi sovrani possano svolgere un ruolo guida, proteggendo e promuovendo l'interesse collettivo, non attraverso l'affermazione di valori d'élite o di parte, ma riconoscendo l'importanza fondamentale di nozioni fondate su ampie basi culturali nella società.¹⁸”.

2. LA FILIERA CULTURALE E CREATIVA IN ITALIA

Dinamicità ed anti ciclicità sono due delle caratteristiche che meglio disegnano i lineamenti del settore dell'industria culturale e creativa (a cui d'ora in poi si farà riferimento utilizzando la sigla ICC). La premessa che è necessario comprendere prima di addentrarsi in una qualsiasi analisi riguardante la filiera culturale, è l'unicità che vi fa capo e che la rende una voce fuori dal coro rispetto agli altri comparti del sistema economico. Come affermato all'interno dello studio effettuato dalla Commissione Europea *The Economy of Culture in Europe*,

“compared to other sectors of the economy, culture has an additional dimension –it not only creates wealth but it also contributes to social inclusion, better education, self-confidence and the pride of belonging to an historic community. Culture is also a powerful tool to communicate values and to promote objectives of public interest that are broader than wealth creation¹⁹”.

È proprio questa eterogeneità intrinseca al filone culturale ad aver sempre reso molto complesso ogni tentativo di mappatura e quantificazione del suo impatto in termini di occupazione e contributo al PIL, riducendo così al minimo la possibilità di consultare un database consistentemente esaustivo. Tra il 2009 e il 2012, però, *ESSnet-Culture* ha condotto una ricerca puntuale in grado di dare oggi la possibilità all'ufficio statistico europeo (Eurostat), nonché alle sedi statali (nel caso italiano, Istat), di misurare in maniera precisa e comparabile il comparto in questione. Nello specifico, il *Culture Statistics Working Group*, riunito lo scorso aprile proprio da Eurostat, ha di recente pubblicato gli ultimi dati che, per la prima volta, includono informazioni sulle condizioni di lavoro all'interno dell'ambiente creativo. È importante sottolineare che, come si vedrà in seguito, più si scende a livello locale e più l'interesse rivolto al tema culturale aumenta: è, infatti,

¹⁷ D. Throsby (2005). Op. cit. p. 196

¹⁸ Ivi, p. 198

¹⁹ KEA European Affairs (2006). *The Economy of Culture in Europe*, p. 29

proprio in corrispondenza degli agglomerati urbani che i settori creativi tendono a concentrarsi. In questo senso, un contributo notevole è stato fornito dal *Joint Research Centre* della Commissione Europea, che ha messo a punto il cosiddetto *Cultural and Creative Cities Monitor (CCCM)*²⁰. Si tratta di un nuovo strumento che permette il monitoraggio, la valutazione e il *benchmarking* di 168 città europee mediante l'utilizzo di 29 indicatori quantitativi e di informazioni qualitative riguardanti tre aree: la prima – *Cultural Vibrancy* – ha l'obiettivo di stabilire la vivacità culturale delle città in questione attraverso il rilevamento di luoghi culturali quali musei, teatri e cinema, nonché dell'affluenza che li coinvolge in termini di visitatori; la seconda – *Creative Economy* – indaga sui passaggi che guidano la trasformazione della cultura in economia creativa, misurando il tasso di occupazione all'interno della filiera culturale; la terza – *Enabling Environment* – valuta il grado di supporto che le città forniscono alla cultura e all'economia creativa. I 29 indicatori, che fanno riferimento sia a statistiche ufficiali sia a dati sperimentali provenienti dal web, vengono infine aggregati in un indice univoco, il *C3 Index*.

All'interno di questo contesto, tra le 17 città italiane considerate, spiccano Milano, Torino, Firenze e Parma, le quali conquistano un'apprezzabile posizione in classifica, in particolare rispetto alla *Cultural Vibrancy* nel caso delle prime tre ed in riferimento alla *Creative Economy* riguardo la cittadina dell'Emilia Romagna.

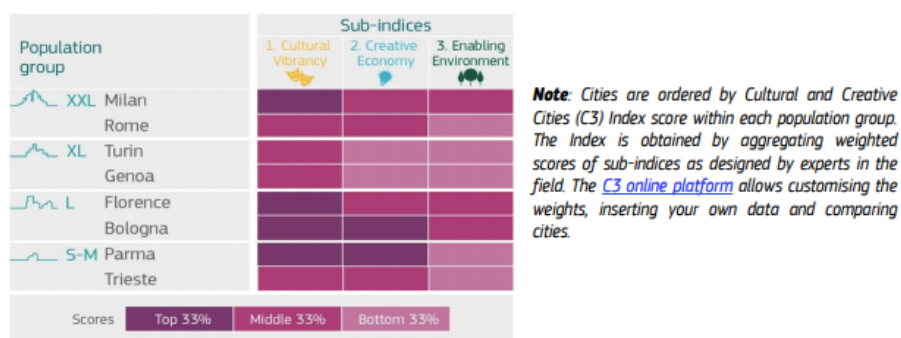


Figura 2. Il rendimento in termini di Cultural Vibrancy, Creative Economy e Enabling Environment delle principali città italiane ricostruito dalla ricerca condotta dalla Commissione Europea. Fonte: Joint Research Centre (2017). *The Cultural and Creative Cities Monitor. Country Fact Sheet: Italy*.

Come dimostrato da un'indagine condotta lo scorso anno dalla rivista US News in collaborazione con l'Università della Pennsylvania, l'Italia rappresenta il primo Paese al mondo per la sua influenza culturale. Andando a paragonare tale constatazione con i dati relativi all'indagine del Joint Research Centre appena esposti, però, sembra affiorare la presenza di un consistente gap che si interpone tra il fiorente patrimonio culturale italiano e la scarsa capacità del Bel Paese di fornirvi un adeguato supporto economico, sociale e

²⁰ Joint Research Centre (2017). *The Cultural and Creative Cities Monitor*. I dati sono consultabili sulla piattaforma online che accompagna il progetto: <https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-cities-monitor/>

politico. Questa tesi trova poi ulteriore supporto se si va a consultare l'analisi promossa da Il Sole 24 Ore²¹ rispetto al livello di attrattività culturale in Italia e in altri quattro Paesi europei (Francia, Germania, Regno Unito e Spagna). Realizzata mediante il cosiddetto *Indice24* elaborato da Pier Luigi Sacco, l'indagine individua prima l'esistenza di una reale correlazione tra interesse per la cultura ed andamento dell'economia (Figura 3) e successivamente rivela come, nonostante l'inestimabile capitale culturale, questo eserciti una scarsa capacità di attrazione, collocando l'Italia all'ultimo posto della classifica (Figura 4).

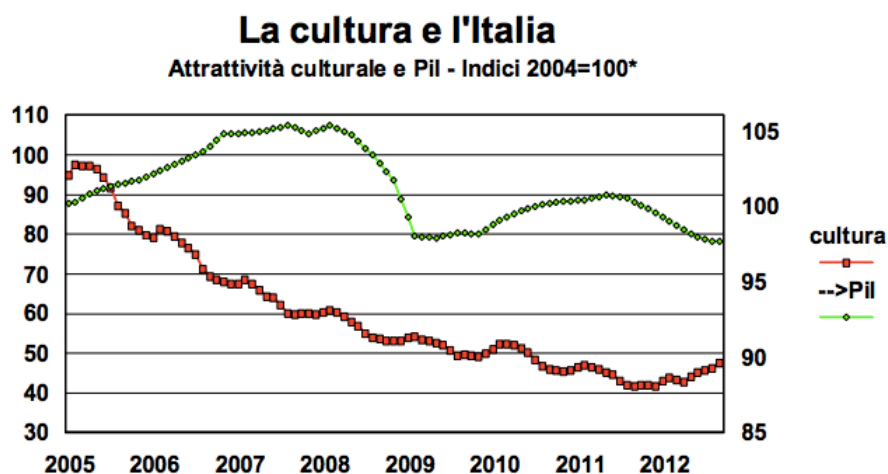


Figura 3. Attrattività culturale e PIL (2012). Fonte: elaborazione de Il Sole 24 Ore su dati Google Trend e Istat.

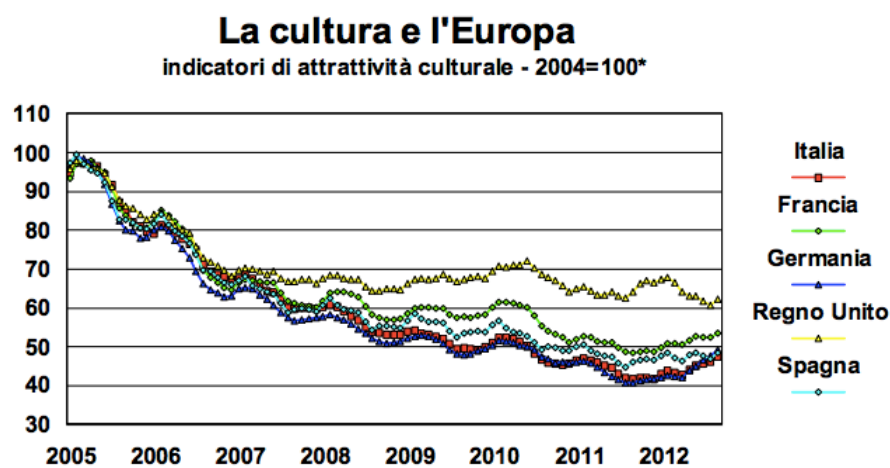


Figura 4. Indicatori di attrattività culturale (2012). Fonte: elaborazione de Il Sole 24 Ore su dati Google Trend e Istat.

Lo scenario rappresentato dai dati di cui sopra, riflette quella che Pierluigi Sacco²² definisce l'immagine di un "Paese mediocre che vive di un grande passato": l'Italia necessita, infatti, di mettere un punto all'incuria

²¹ F. Galimberti (2012). *Progetto Cultura – Introduzione*. Il Sole 24 Ore.

²² Professore Ordinario di Economia della Cultura presso la International University of Languages and Media (IULM).

diligante rispetto al suo patrimonio artistico e di mettere in atto così un cospicuo processo di valorizzazione di esso, poiché il fatto che la disattenzione all'importanza della sorgente culturale non sia un male solo italiano, non costituisce alcuna giustificazione.

In questo senso, il seguente capitolo ed il successivo, si pongono l'obiettivo di analizzare la posizione degli operatori attivi all'interno del sistema economico relativo al settore culturale – rispettivamente di famiglie, imprese, Governo e comparto estero – così da individuarne il ruolo e le relative responsabilità in un'ottica atta a trovare delle alternative plausibili rispetto alla situazione attuale.

2.1 Il valore economico delle ICC

Nel 2017 il Sistema Produttivo Culturale e Creativo (SPCC) ha generato il 6% della ricchezza prodotta in Italia: oltre 92 miliardi di euro ottenuti mediante l'impiego di 1,5 milioni di persone, equivalenti al 6,1% del totale degli occupati. Sono questi i dati che per primi saltano all'occhio consultando il rapporto annuale *Io Sono Cultura 2018*²³ (assunto come primaria fonte di riferimento per la prima parte del seguente paragrafo), il quale rappresenta la sintesi di un progetto di ricerca ultra decennale condotto a quattro mani da Unioncamere e Fondazione Symbola, allo scopo di analizzare il ruolo delle filiere culturali e creative nell'economia italiana.

L'oggetto di studio del report è il Sistema Produttivo Culturale e Creativo, definito come “l'insieme di attività produttive che concorrono a generare valore economico e occupazione e che sono”, come accennato in precedenza dalla Figura 1, “in parte riconducibili ai settori della dimensione culturale e creativa (*Core*) e in parte ad attività che, pur non facendo parte della filiera, impiegano contenuti e competenze culturali per accrescere il valore dei propri prodotti (*Creative Driven*).²⁴”. Le attività *Core* presentano a loro volta una suddivisione in quattro sottosectori, distinti in attività di conservazione e valorizzazione del patrimonio storico-artistico, performing arts e arti visive, industrie culturali (attività inerenti alla produzione di beni e servizi culturali secondo una logica industriale di replicabilità, come cinema e tv, radio, musica, videogiochi e software, editoria e stampa) ed industrie creative (facenti capo al mondo dei servizi, quali comunicazione, architettura e design). Il perimetro d'azione della dimensione *Creative Driven*, invece, è stato individuato in tutte quelle attività economiche che non appartengono al *Core* culturale, ma che sono soggette a processi di culturalizzazione.

Le organizzazioni che orbitano attorno al sistema cultura e che ne costituiscono i players più rilevanti vantano una significativa eterogeneità rispetto alla loro origine: esse spaziano, infatti, dal mondo delle istituzioni pubbliche (centrali nelle attività di conservazione e valorizzazione del patrimonio storico e artistico), a quello del privato, sino a raggiungere il versante del *no profit* (la cui presenza è particolarmente sentita nelle *performing arts*). È grazie al contributo di ognuno di questi settori che la filiera culturale ha generato lo scorso anno un valore aggiunto in crescita del +2,0% rispetto al 2016, nonché un incremento del +1,6% in termini di

²³ Cfr. Symbola, Unioncamere (2018). *Io Sono Cultura*.

²⁴ Ivi, p.38

occupazione, vantando così una performance in linea con il dato complessivo dell'economia italiana (+2,0%) parlando di valore aggiunto (Figura 5) e superiore rispetto all'occupazione, che nel caso del totale dell'economia si è fermata ad un +1,1% (Figura 6).

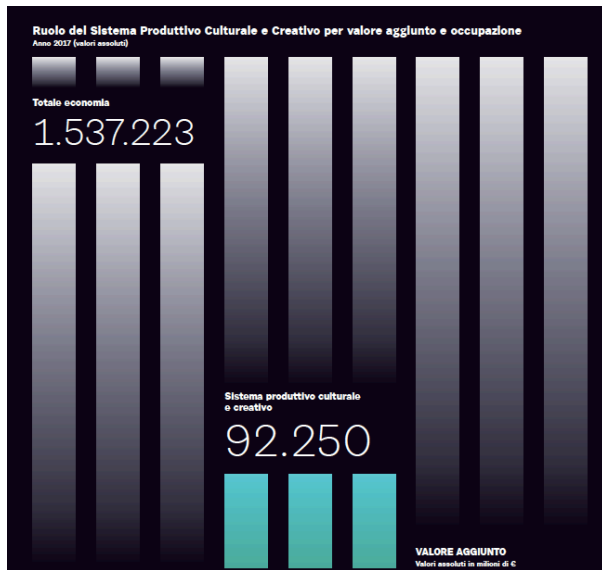


Figura 5. Il ruolo del SPCC per valore aggiunto rispetto al totale dell'economia. Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola (2018). *Io sono Cultura*.

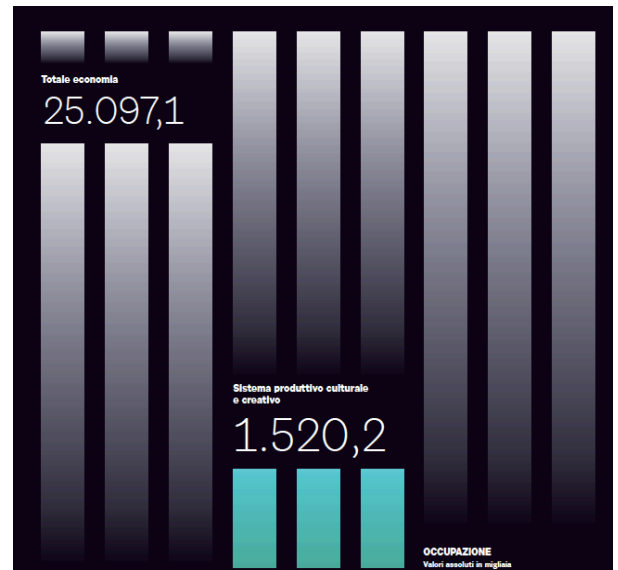


Figura 6. Il ruolo del SPCC per occupazione rispetto al totale dell'economia. Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola (2018). *Io sono Cultura*.

Tale scenario vede le attività che rappresentano il *Core* cultura incidere per il 3,8% del valore aggiunto e per il 3,7% dell'occupazione prodotti in Italia. Nello specifico, le industrie culturali contribuiscono con la produzione di 33,6 miliardi in termini di valore aggiunto (il 2,2% del complessivo nazionale) e con l'impiego di 488.000 addetti ai lavori (l'1,9% degli occupati totali); a seguito, si posizionano le performance delle industrie creative, con 13,4 miliardi di valore aggiunto e quasi 261.000 posti di lavoro, corrispondenti rispettivamente allo 0,9% e all'1,0% del totale nazionale. Il terzo posto è occupato dalle *performing arts*, in grado di produrre quasi 7,9 miliardi di ricchezza, impiegando circa 141.000 addetti; all'ultimo posto si trovano infine le attività di conservazione e valorizzazione del patrimonio culturale, che registrano 2,8 miliardi di euro di valore aggiunto e 51.000 posti di lavoro. Affianco alle attività *Core*, che rappresentano il cuore della filiera culturale, il comparto del *Creative Driven* genera, invece, una ricchezza pari a circa il 2,2% del complessivo nazionale con 34,5 miliardi e inglobano il 2,3% degli occupati su scala nazionale corrispondenti ad oltre 579.000 addetti (Figure 7, 8).



Figura 7. Incidenze del SPCC sul totale economia per valore aggiunto. Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola (2018). *Io Sono Cultura*.

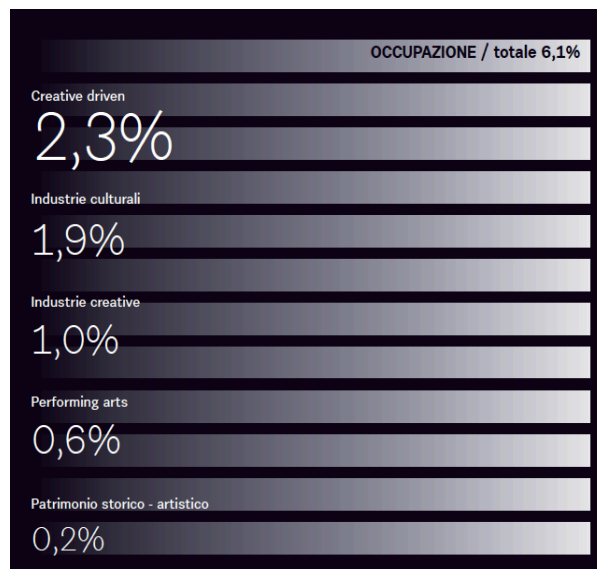


Figura 8. Incidenze del SPCC sul totale economia per occupazione. Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola (2018). *Io Sono Cultura*.

Questi primi dati non si limitano a dimostrare come l'industria culturale sia in grado di creare valore economico, ma ampliano la valutazione considerando come questa vanta degli incrementi maggiori rispetto ad altri settori e dunque alla visione d'insieme relativa all'andamento economico del Paese. In questo senso, il paragrafo che segue andrà ad approfondire i risultati raggiunti negli ultimi anni dal filone creativo in termini di offerta e domanda nazionale, nonché di import ed export, affiancandoli a quelli relativi alla situazione internazionale.

2.2 Lo scenario nazionale

2.2.1 L'offerta nazionale

Come accennato in precedenza, il panorama artistico e culturale italiano si spalma su una serie di componenti in grado di rendere il Bel Paese degno di tale appellativo: intraprendendo un'analisi più approfondita ed individuale dei riscontri che i vari comparti dell'industria creativa registrano di anno in anno, infatti, è possibile individuare il contributo che ognuno di essi apporta all'economia del Paese e di conseguenza delineare quale sia l'offerta italiana rispetto al settore in questione.

La prima constatazione prende la direzione delle industrie creative e del fattore emergente che le caratterizza: esse costituiscono, infatti, un elemento di grande crescita su cui molte imprese hanno deciso di scommettere proprio per la loro comprovata attitudine a calzare comodamente le sfide dell'innovazione. In particolare, in termini numerici le due anime in cui la sopra citata categoria si snoda – *architettura & design e comunicazione* – generano rispettivamente un valore aggiunto pari allo 0,6% (8,6 miliardi) e allo 0,3% (4,8 miliardi) dell'ammontare complessivo. Ad alimentare la produzione delle industrie culturali, invece, vi sono il

subsettore di *editoria & stampa* (da cui deriva lo 0,9% del valore aggiunto nazionale, equivalente a 13,8 miliardi) e quello di *videogiochi & software* (che raggiunge lo 0,8%, pari a 12 miliardi). Due filiere che, insieme, fruttano 25,8 miliardi di euro all'economia italiana. L'*industria audiovisiva* contribuisce, poi, per 7,4 miliardi di euro, mentre pare essere residuale l'apporto fornito dalla *musica*, da cui sono escluse le attività legate a concerti e rappresentazioni dal vivo (perimetrare entro i confini delle *performing arts*). Osservando la situazione dal punto di vista dell'occupazione, il profilo appena delineato trova sostanzialmente conferma. Infatti, il settore di *editoria & stampa* e quello di *videogiochi & software* forniscono un impiego, rispettivamente, all'1,0% e allo 0,7% dei lavoratori italiani (corrispondenti a circa 262.000 e 163.000 addetti). Un leggero squilibrio è invece imputabile al contributo apportato dal filone di *cinema, radio, tv* che, nonostante la sua centralità nella produzione di ricchezza, genera un impulso alla creazione di posti di lavoro pari allo 0,2% dei lavoratori totali (circa 57.000 addetti). Diversamente, si riafferma buono il contributo che la *comunicazione* fornisce in termini di occupazione, corrispondente allo 0,4% rispetto al totale (quasi 108 mila addetti). (Figura 9)

Valore aggiunto e occupazione del Sistema Produttivo Culturale e Creativo per settore Anno 2017 (valori assoluti e composizioni percentuali)						
Settori	VALORE AGGIUNTO			OCCUPAZIONE		
	valori assoluti (milioni di euro)	In % sul totale SPCC	In % sul totale economia	valori assoluti (migliaia)	In % sul totale SPCC	In % sul totale economia
INDUSTRIE CREATIVE	13.404,8	14,5	0,9	260,8	17,2	1,0
<i>Architettura e design</i>	8.594,8	9,3	0,6	153,2	10,1	0,6
<i>Comunicazione</i>	4.810,1	5,2	0,3	107,6	7,1	0,4
INDUSTRIE CULTURALI	33.608,5	36,4	2,2	488,3	32,1	1,9
<i>Cinema, radio, tv</i>	7.466,5	8,1	0,5	56,7	3,7	0,2
<i>Videogiochi e software</i>	12.011,9	13,0	0,8	163,6	10,8	0,7
<i>Musica</i>	320,7	0,3	0,0	6,1	0,4	0,0
<i>Editoria e stampa</i>	13.809,3	15,0	0,9	261,9	17,2	1,0
PERFORMING ARTS ⁶⁷	7.932,9	8,6	0,5	140,8	9,3	0,6
PATRIMONIO STORICO-ARTISTICO	2.823,7	3,1	0,2	51,0	3,4	0,2
CORE CULTURA	57.769,9	62,6	3,8	940,9	61,9	3,7
CREATIVE DRIVEN	34.479,9	37,4	2,2	579,3	38,1	2,3
SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE E CREATIVO	92.249,8	100,0	6,0	1.520,2	100,0	6,1

Figura 9. Valore aggiunto e occupazione del SPCC per settore. Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola (2018). *Io Sono Cultura*.

La prospettiva più interessante si rivela, tuttavia, quella fornita dall'analisi in termini di incremento proporzionale registratosi nei vari comparti. All'interno della componente *Core*, la punta di diamante è il settore delle *performing arts*: il tasso di crescita che lo riguarda è, infatti, il più sostenuto e vanta un aumento

del valore aggiunto pari a +9,5% rispetto al 2016, nonché una crescita del valore occupazionale di +8,7%. Da notare, altresì, la crescita subita dalle industrie creative della comunicazione (+7,2% sul valore aggiunto e +6,7% sull'occupazione) e del sottosectore design (+7,4% e 6,8%), in grado di riassorbire le dinamiche poco favorevole sperimentate dall'architettura.

La struttura imprenditoriale del SPCC

Spingendosi oltre la valutazione delle performance in termini di valore aggiunto ed occupazione, un ulteriore indicatore particolarmente significativo per un'analisi economica esaustiva è il numero di imprese attive all'interno dell'ecosistema culturale. Il Sistema Produttivo Culturale e Creativo italiano conta, a fine 2017, 414.701 imprese (+0,2% rispetto all'anno precedente), le quali incidono sul totale delle attività economiche del Paese per un valore percentuale pari al 6,7%. Nello specifico, le imprese direttamente coinvolte nelle attività culturali e creative, ossia quelle operanti nei settori del *Core*, sono 289.792 (il 62,6% del settore cultura e il 4,7% delle imprese italiane), mentre la stima relativa alla componente *Creative Driven* ammonta a 124.909 imprese (corrispondente al 37,4% del SPCC e il 2% rispetto alle imprese italiane). Tra le imprese del settore *Core*, oltre il 95% agisce all'interno di due soli ambiti: quello culturale, con 148.000 società (pari al 51,1% del totale) e quello creativo, a cui rispondono 127.849 attività (il 44,1% del totale). In questo senso, in rapporto al 2016, il SPCC ha registrato una crescita che ha coinvolto tutte le sotto categorie, fatta eccezione per l'industria creativa, la quale ha subito un decremento del -0,8%, soprattutto rispetto al comparto *editoria & stampa* che rimane stagnante con 94.604 imprese (-1,7% sul 2016). (Figura 10)

Imprese del Sistema Produttivo Culturale e Creativo per settore Anno 2017 (valori assoluti e composizioni percentuali)

	Imprese	
	Valori assoluti	Composizione percentuale
INDUSTRIE CREATIVE	127.849	30,8
<i>Architettura e design</i>	83.979	9,3
<i>Comunicazione</i>	43.870	5,2
INDUSTRIE CULTURALI	148.000	36,4
<i>Cinema, radio, tv</i>	14.457	8,1
<i>Videogiochi e software</i>	34.226	13,0
<i>Musica</i>	4.713	0,3
<i>Editoria e stampa</i>	94.604	15,0
PERFORMING ARTS	12.827	8,6
PATRIMONIO STORICO E ARTISTICO	1.116	3,1
CORE CULTURA	289.792	62,6
CREATIVE DRIVEN	124.909	37,4
SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE E CREATIVO	414.701	100,0

Figura 10. Imprese del Sistema Produttivo Culturale e Creativo italiano per settore. Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola (2018). *Io Sono Cultura*.

Le professioni culturali e creative

Così come visto in precedenza, il valore generato dal Sistema Produttivo Culturale e Creativo dipende anche dai profili professionali che vi prendono parte. In questo senso, vengono individuate tre tipologie cardine di lavoratori attivi all'interno della filiera: in primo luogo, vi sono coloro che svolgono professioni culturali come parte integrante di aziende inserite nei settori del filone culturale, a seguire vi sono le figure di supporto – affiancate ai professionisti in mansioni di corredo, ed infine si trovano coloro i quali attivano il processo di contaminazione culturale e creativa, ossia tutti quei soggetti che svolgono mansioni che rientrano nel confine di definizione delle professioni culturali all'interno di aziende esterne alla perimetrazione *Core*. In questo senso, l'analisi che segue evidenzia i principali caratteri demografici e sociali delle tipologie di occupati appena elencate.

Le categorie sulle quali è possibile dedurre le tendenze più interessanti riguardano l'età media dei professionisti operanti all'interno della filiera, il genere e la cittadinanza a cui rispondono, il loro livello di istruzione e il tipo di inquadramento gerarchico in cui rientrano a livello lavorativo.

Rispetto al primo parametro, uniformemente a quanto rilevato negli anni precedenti, la maggior parte dei lavoratori (il 57,3%) del SPCC rientra nella fascia d'età compresa tra i 35 e i 54 anni, pur vantando una forte concentrazione all'interno della fascia 25-34 anni. In termini percentuali, infatti, questa fascia assorbe il 21,4% del totale degli occupati nella filiera, contro il 17,5% del resto dell'economia. Anche la fascia 35-44 mostra una significativa concentrazione di professioni del SPCC (29,8% contro il 27,5% del resto dell'economia), mentre si verificano proporzioni invertite per le fasce 45-54 e 55-64, le quali costituiscono rispettivamente il 27,5% e il 14,5%, contro il 30,5% ed il 18,1% del resto dell'economia (Figura 11).

È dunque evidente che le imprese appartenenti al SPCC inglobano soprattutto lavoratori giovani, il che rappresenta un sicuro interesse, date le difficoltà incontrate oggi quotidianamente dalle nuove leve del lavoro.

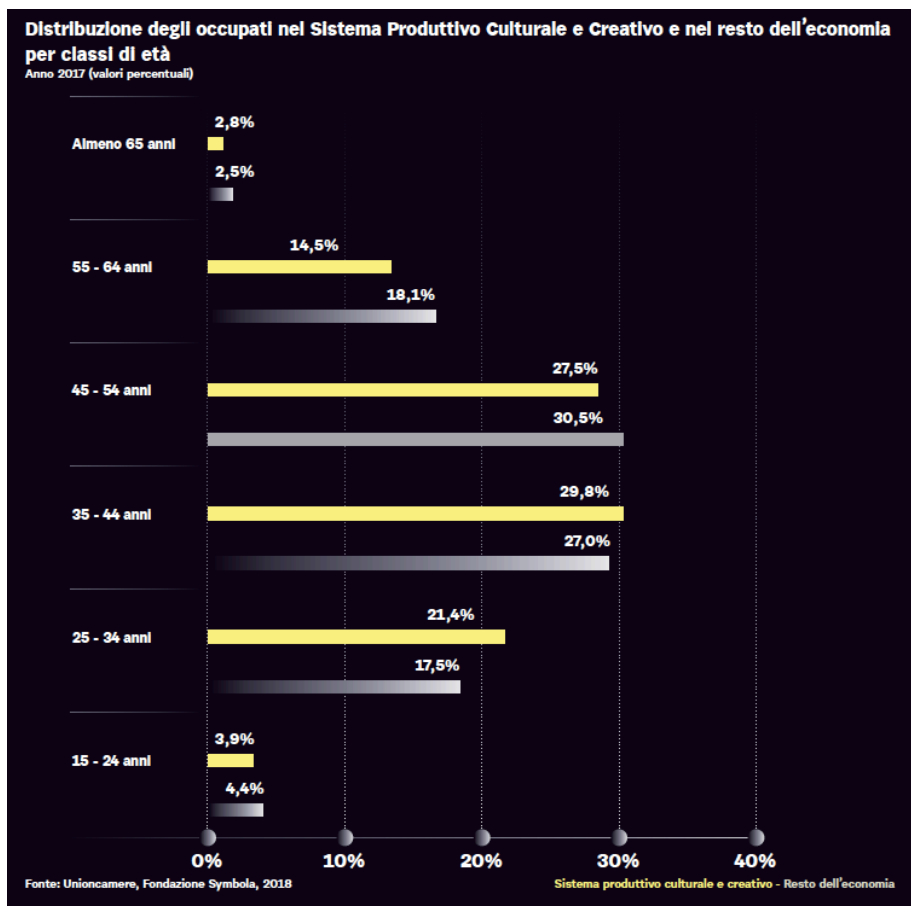


Figura 11. Distribuzione degli occupati del Sistema Produttivo Culturale e Creativo e nel resto dell'economia per classi di età. Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola (2018). *Io Sono Cultura*.

Cambiando versante, invece, e andando ad osservare la disaggregazione dei dati riguardanti il genere, emerge una netta predominanza del sesso maschile su quello femminile: la percentuale che vede le donne come professioniste del settore si ferma al 38,6% (rispetto al 42,2% valido per il resto dell'economia), lasciando il restante 61,4% agli uomini. Un notevole disequilibrio si nota, in particolare, nelle attività *Creative Driven*, dove per ogni 100 lavoratori, 64 sono maschi. Oltre a ciò, rispetto al 2016 si registra una moderata riduzione della presenza femminile nel SPCC, che dal 39,3% scende di 7 decimi di punto percentuale al 38,6%. La scarsa rappresentatività della componente straniera risulta essere un ulteriore elemento di interesse: essa è infatti passata dal 4,3% del 2016 al 3,9% del 2017, confermando così la discutibile capacità attrattiva –questa volta dal punto di vista degli investimenti esteri riguardanti il capitale culturale– dell'Italia. (Figura 12)

Distribuzione delle tipologie professionali per genere e cittadinanza							
Anno 2017 (valori percentuali)							
		CORE CULTURA			CREATIVE DRIVEN	SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE E CREATIVO	RESTO ECONOMIA
		Professioni culturali e creative	Altre professioni	TOTALE CORE CULTURA			
Genere	Maschio	60,0	59,4	59,7	64,2	61,4	57,8
	Femmina	40,0	40,6	40,3	35,8	38,6	42,2
	TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Cittadinanza	Italia	96,2	96,0	96,1	96,1	96,1	89,0
	Straniera	3,8	4,0	3,9	3,9	3,9	11,0
	TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Figura 12. Distribuzione delle tipologie professionali per genere e cittadinanza. Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola (2018). *Io Sono Cultura*.

Per quanto concerne il livello di istruzione medio, tra i professionisti dell'industria creativa il 42% ha conseguito un titolo terziario (nel 2011 la percentuale era pari al 33%), un dato che quasi raddoppia la quota che si registra nel resto dell'economia. Di questi, un terzo (il 33,1%) è in possesso di una laurea specialistica, contro il 16% caratterizzante il sistema economico in toto. Interpretando tali dati, è dunque possibile affermare che il Settore Produttivo Culturale e Creativo vanta una componente professionale la cui qualificazione supera in maniera consistente la media nazionale e che vede gli addetti meno qualificati essere comunque in possesso di un diploma o di un titolo post-diploma nel 43,5% dei casi, contro il 38,7% del resto dell'economia.

L'ultima categoria di valutazione riguarda le tipologie di impiego all'interno della gerarchia professionale. In questo senso, si registra una predominanza piuttosto marcata della forma dipendente (66,9%) rispetto a quella autonoma. Nonostante ciò, però, la filiera culturale registra una quota di dipendenti inferiore di ben 11,2 punti percentuali rispetto a quella rilevata per il resto dell'economia (78,7%), il che evidenzia la maggiore inclinazione degli addetti del SPCC a prediligere forme di impiego più flessibili. Questo dato è particolarmente valido per le attività *Core*, dove la quota di impiego non subordinato è presente per il 57,5%, mentre invece crolla al 17,6% nel caso delle *Creative Driven*. Ponendo a confronto l'industria culturale ed il resto dell'economia, è possibile osservare come la prima faccia emergere una maggiore percentuale di figure indipendenti (36,2% contro 22,3%) e pertanto una minore incidenza di figure subordinate (63,8% contro il 77,7%). Andando più in profondità rispetto all'analisi, appare poi evidente la specializzazione terziaria che caratterizza la filiera culturale e creativa e che vede, tra le figure subordinate, il predominio degli impiegati (44,8% contro il 32,6% del resto dell'economia) rispetto agli operai (10,3% contro il 37,5%).

Il Sistema Produttivo Culturale e Creativo italiano opera mediante differenti modalità di specializzazione, a seconda di dove trova collocazione all'interno del panorama territoriale.

La creazione di valore e la crescita dell'occupazione della componente *Core* appare strettamente correlata alla presenza di agglomerati metropolitani. Conseguenza diretta di ciò, è il primato di Lazio e Lombardia –con i rispettivi catalizzatori culturali, Roma e Milano– all'interno della scala di valutazione che assume come riferimento la creazione di valore aggiunto e occupazione nel settore culturale. La prima vanta, infatti, un valore aggiunto pari a 14,9 miliardi di ricchezza e 204.000 posti di lavoro, mentre la seconda produce 24 miliardi di euro e 350.000 addetti. Anche in termini relativi, le due regioni si confermano ai vertici: la Lombardia interviene con un'incidenza sul totale dell'economia pari al 7,2% rispetto al valore aggiunto e al 7,4% per quanto riguarda l'occupazione; il Lazio mostra, invece, un maggiore accento sul valore aggiunto, che incide per l'8,8% della ricchezza complessivamente prodotta su scala regionale e un intervento sul tasso di occupazione che coinvolge il 7,7% degli occupati.

A seguire, Valle d'Aosta, Piemonte e Marche, sono le uniche regioni a sperimentare un'influenza culturale e creativa sul totale dell'economia che superi la media nazionale per entrambe le grandezze: in termini di valore aggiunto, infatti, le prime due producono il 6,9%, mentre la terza contribuisce con il 6,1%; rispetto all'occupazione, esse vedono rispettivamente il 7,2%, il 6,8% e il 6,5% degli addetti. In termini assoluti, la Liguria presenta valori che scendono sotto la media ripartizionale (2,8% di valore aggiunto 2,4% per l'occupazione), mentre l'ultimo posto in classifica è occupato dalla regione Molise, dove la presenza del settore è ancora minima, nonostante nell'ultima anno essa abbia registrato le performance migliori del Paese in termini di tasso di crescita percentuale, vantando un incremento del valore aggiunto del +12,2%, nonché del + 11,7% rispetto all'occupazione.

In linea con quanto è possibile affermare rispetto all'andamento del totale dell'economia, facendo riferimento alle macro aree geografiche, emerge un profondo divario tra Nord e Sud, a dimostrazione di un chiaro legame tra ricchezza complessiva, specializzazione culturale e creatività delle economie territoriali. La parte del leone viene interpretata dal Centro, dove l'industria culturale produce il 7,3% del valore aggiunto. Seguono subito dopo, il Nord-Ovest (6,8%) e il Nord-Est, con un'incidenza attestata al 5,4%. Infine il Mezzogiorno, ricco di giacimenti culturali e un patrimonio storico e artistico riconosciuto a livello mondiale, non riesce ancora a tradurre tutto ciò in ricchezza; solo il 4,2% del valore aggiunto prodotto dal territorio è da ascrivere alla cultura, il che costituisce un problema ma al tempo stesso un'opportunità di rilancio su cui l'Italia è obbligata ad investire.

Dinamiche simili si riscontrano per l'occupazione, con il Centro e il Nord-Ovest in testa (con il 7% sul totale dell'economia), seguito dal Nord-Est col 6,2% e infine il Sud con il 4,2% (Figura 13).

Valore aggiunto e occupazione del Sistema Produttivo Culturale e Creativo nelle regioni italiane						
Anno 2017 (valori assoluti, incidenze percentuali sul totale economia e variazioni percentuali)						
	VALORE AGGIUNTO			OCCUPAZIONE		
	milioni di euro	In % sul totale economia	variazioni % 2016-2017	milglala	In % sul totale economia	variazioni % 2016-2017
Piemonte	8.160,6	6,9	4,4	130,0	6,8	3,7
Valle d'Aosta	279,6	6,9	1,6	4,5	7,2	0,6
Lombardia	24.154,4	7,2	1,9	350,1	7,4	1,5
Trentino-Alto Adige	1.916,9	5,1	-1,2	33,1	6,1	-1,8
Veneto	7.588,3	5,3	1,1	135,2	6,1	0,9
Friuli Venezia Giulia	1.790,6	5,3	1,5	33,4	6,2	1,0
Liguria	1.752,1	4,0	3,0	31,7	4,6	2,5
Emilia-Romagna	7.726,1	5,5	-1,0	134,0	6,3	-1,6
Toscana	6.060,8	5,9	4,2	104,4	6,2	3,6
Umbria	1.009,5	5,2	3,4	21,8	5,7	2,9
Marche	2.263,0	6,1	3,1	43,4	6,5	2,4
Lazio	14.888,5	8,8	0,2	204,6	7,7	0,2
Abruzzo	1.217,1	4,2	5,9	23,9	4,5	4,9
Molise	251,0	4,4	12,2	5,0	4,6	11,7
Campania	4.447,4	4,6	5,0	81,1	4,3	4,7
Puglia	2.756,1	4,2	4,0	59,9	4,3	3,7
Basilicata	381,4	3,5	0,4	8,3	4,1	0,3
Calabria	958,6	3,2	1,1	21,6	3,4	0,7
Sicilia	3.298,3	4,2	1,7	67,8	4,3	1,1
Sardegna	1.349,7	4,4	4,5	26,3	4,3	3,9
Nord-Ovest	34.346,7	6,8	2,5	516,3	7,0	2,1
Nord-Est	19.021,9	5,4	0,1	335,7	6,2	-0,4
Centro	24.221,8	7,3	1,6	374,3	7,0	1,6
Mezzogiorno	14.659,5	4,2	3,8	294,0	4,2	3,3
ITALIA	92.249,8	6,0	2,0	1.520,2	6,1	1,6

Figura 13. Valore aggiunto e occupazione del Sistema Produttivo Culturale e Creativo nelle regioni italiane.

Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola (2018). *Io Sono Cultura*.

Continuando sul livello regionale, è possibile constatare come il Lazio e la Lombardia mostrino una connotazione culturale fortemente incentrata sul comparto *Core*, da cui deriva, rispettivamente, il 6,2% e il 4,9% della ricchezza regionale, nonché il 5,3% e il 5,0% degli occupati. Dando per assodata la maggiore capacità delle attività *Core* di incidere in termini di valore aggiunto ed occupazione prodotti, vi sono dei territori in cui le attività *Creative Driven* assumono un ruolo centrale: si parla di Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Toscana ed Emilia-Romagna, dove la trazione esercitata da tale settore evidenzia l'ulteriore ruolo della cultura che si realizza con il processo di contaminazione che lega la filiera con il cuore pulsante del made in Italy, presente in maniera significativa nelle province del Centro-Nord.

Scorrendo le percentuali attribuite ai vari territori presenti nella lista regionale, così come in quella provinciale e delle maggiori aree urbane, è possibile descrivere il grado di incidenza delle attività culturali in Italia come progressivo: in particolare esso agisce in modo crescente a partire dalle province costellate di piccoli borghi specializzati nel turismo di matrice artistica e storica, proseguendo con i distretti industriali e raggiungendo il proprio acme in corrispondenza dei centri metropolitani. I dati dimostrano infatti come la grande area metropolitana di Milano occupi la prima posizione nelle graduatorie provinciali per incidenza di ricchezza e

occupazione prodotte (9,9% e 10,1%). Roma è seconda per valore aggiunto (9,8%) e terza per occupazione (8,6%), mentre Torino si colloca, rispettivamente, terza (8,8%) e quarta (8,4%).

Seguono, per valore aggiunto, Siena (8,4%), Arezzo (7,8%) e Firenze (7,2%), Ancona e Aosta al 6,9%, Bologna al 6,4% e Modena al 6,3%.

In termini di occupazione, come suddetto, la leadership per incidenza dei posti di lavoro sul totale dell'economia è da attribuire a Milano, seguita da Arezzo (8,9%), poi Roma, Torino, Firenze (7,8%), Trieste (7,4%), Monza-Brianza e Bologna appaiate al 7,3%, infine Modena e Aosta al 7,2%. (Figure 14 e 15)

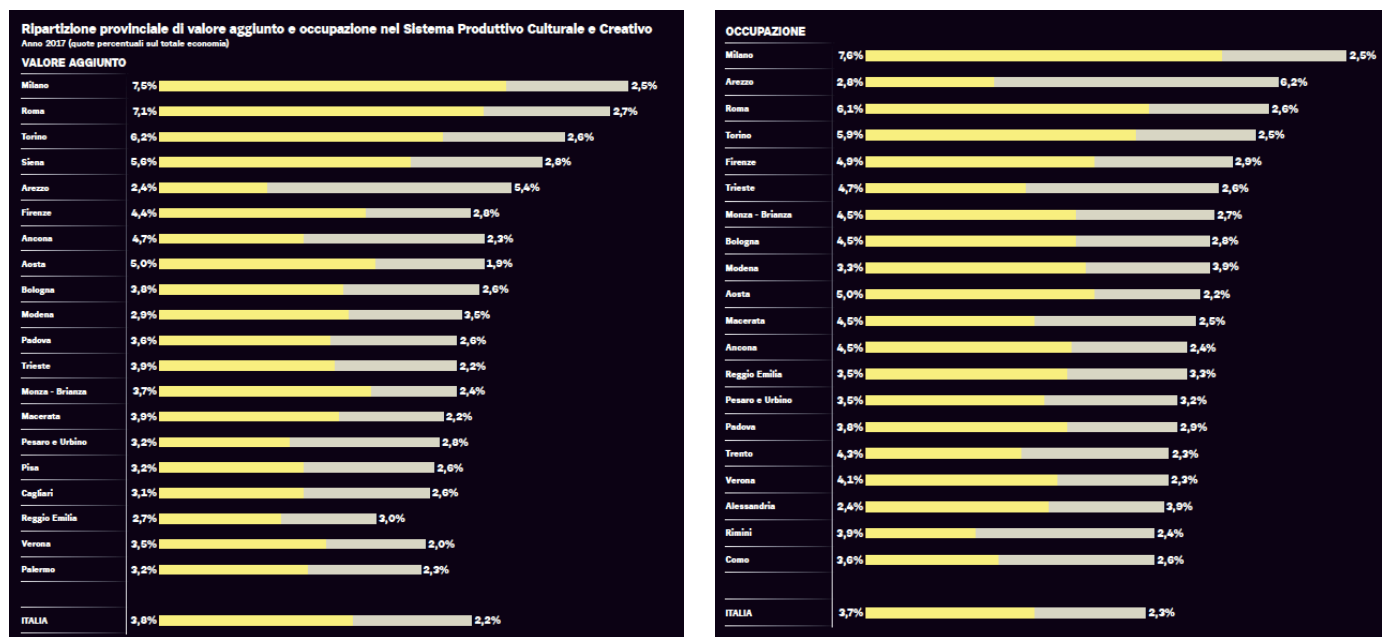


Figure 14 e 15. Ripartizione provinciale di valore aggiunto e occupazione nel Sistema Produttivo Culturale e Creativo. Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola (2018). *Io Sono Cultura*.

Il processo di contaminazione sul resto dell'economia

Come già ripetuto in precedenza, il Sistema Produttivo Culturale e Creativo estende i propri effetti anche al di fuori del suo perimetro d'azione diretta, influenzando la produzione di altri comparti che vengono ad attivarsi grazie alla leva esercitata dalla cultura. In questo senso, lo svolgimento dei processi produttivi vede l'utilizzo "a monte" di una serie di beni e servizi in input provenienti dall'output di altri indirizzi economici, unito all'attivazione di altre attività "a valle". Il binomio appena descritto rappresenta la base di sviluppo della cosiddetta teoria delle relazioni intersettoriali, misurate dalle tavole input-output elaborate dall'Istat.

Questo equivale a dire che un'attività economica ne incoraggia tante altre, pertanto per ognuna di queste è possibile affermare l'esistenza di un fattore moltiplicativo attraverso il quale ogni euro da essa prodotto libera all'interno del resto dell'economia un corrispondente numero n di euro. In particolare, nel caso della filiera culturale, la capacità moltiplicativa del SPCC si realizza nella presenza di un moltiplicatore pari a 1,80, ciò significa che per un euro di valore aggiunto (nominale) prodotto da una delle attività del segmento in questione, se ne attivano sul resto dell'economia una media di altri 1,80.

In termini monetari, ciò significa che i 92 miliardi di euro prodotto dal settore culturale nel 2017, sono in grado di attivare altri 163 miliardi di euro, totalizzando così una filiera culturale, intesa in senso lato, di ben 255 miliardi di euro ed esercitando ora un'incidenza sull'economia pari al 16,6% del valore aggiunto (Figura 16).

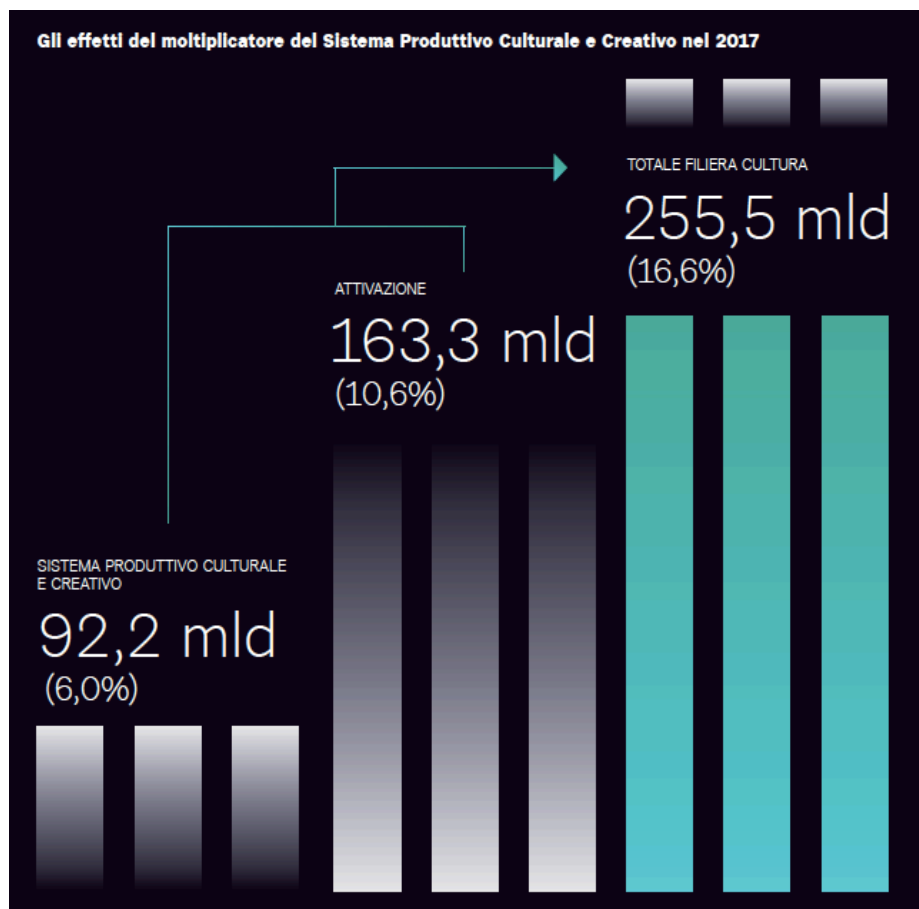


Figura 16. Gli effetti del moltiplicatore del Sistema Produttivo Culturale e Creativo nel 2017.

Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola (2018). *Io Sono Cultura*.

2.2.2 La domanda nazionale

La spesa per la cultura

Secondo l'ultimo rapporto elaborato da Federculture²⁵ (effettuato nel 2017 su rilevazioni che fanno riferimento al 2016, in quanto le più recenti disponibili), il 2016 è stato l'anno in cui si è consolidata la fase di ripresa dei consumi delle famiglie, iniziata, dopo due anni di contrazione, nel 2014.

A comprovare tale osservazione, i dati secondo i quali la spesa delle famiglie italiane destinata alla cultura e alla ricreazione raggiunge i 68,4 miliardi di euro (Figura 17), recuperando per la maggior parte la perdita registratasi durante il biennio 2012/2013, quando tale voce era crollata sotto i 64 miliardi, sfiorando la quota più bassa del decennio.

²⁵ Cfr. Federculture (2017). *Io Sono Cultura. Gestione – Innovazione – Sostenibilità*

Spesa delle famiglie italiane - Valori a prezzi correnti (milioni di euro)												
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Var. 2016/2015
SPESA IN CULTURA E RICREAZIONE	64.625,4	67.356,5	67.022,7	67.024,8	70.589,5	72.127,3	68.447,7	63.968,4	64.588,9	67.343,8	68.474,6	1,7%
TOTALE SPESA FAMIGLIE	929.395,3	960.750,1	978.916,1	957.938,6	983.043,7	1.012.781,2	1.001.015,0	989.235,6	994.063,9	1.016.080,2	1.031.641,2	1,5%
INCIDENZA SPESA IN CULTURA E RICREAZIONE SULLA SPESA TOTALE	7,0%	7,0%	6,8%	7,0%	7,2%	7,1%	6,8%	6,5%	6,5%	6,6%	6,6%	

Figura 17. Spesa delle famiglie italiane – Valori a prezzi correnti.

Fonte: elaborazioni Federculture su dati Istat (2017).

In termini di incremento annuo (2016/2015) della spesa indirizzata al settore culturale, il dato che si registra è pari all'1,7%, superiore di 0,2 punti percentuali rispetto a quello della spesa totale per consumi finali delle famiglie italiane. Andando ad analizzare, poi, il triennio che va dal 2013 al 2016, la ripresa dei consumi registratasi si rivela sempre più solida, aumentando del +7% per quanto riguarda la spesa in cultura e ricreazione, contro l'incremento relativo al resto dell'economia, che si ferma al 4,3% (Figura 18).

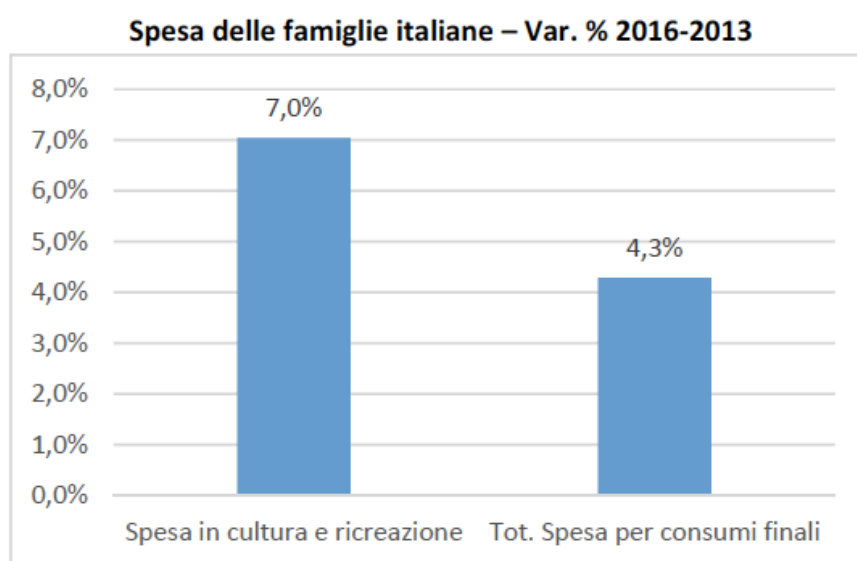


Figura 18. Spesa delle famiglie italiane – Variazione % 2016-2013.

Fonte: elaborazione Federculture su dati Istat (2017).

Nello specifico, le voci di dettaglio che compongono il macro settore “cultura e ricreazione”, individuano una forte crescita della spesa destinata alle vacanze (+21,1%), nonché quella per servizi culturali e ricreativi, che aumenta del +4,8%. Quest’ultima, che fa riferimento a teatro, cinema, musei e concerti, nel 2016 ha prodotto 29 miliardi in termini di valore aggiunto, conquistando così il primato in termini di incidenza (42,5%) rispetto alla spesa totale che le famiglie investono in cultura (Figure 19 e 20).

Spesa delle famiglie italiane per ricreazione e cultura, dettaglio – Var. % 2016-2013

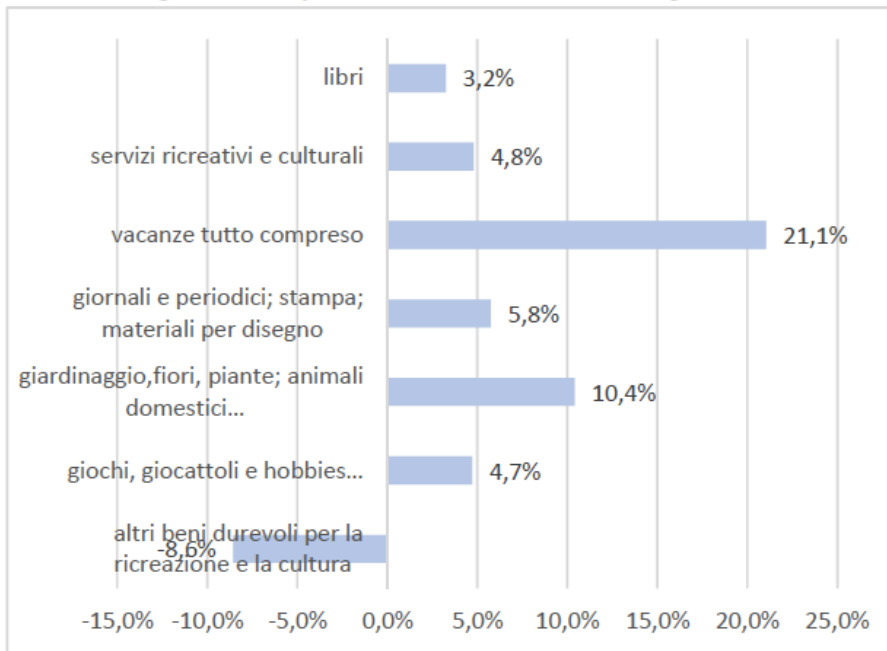


Figura 19. Spesa delle famiglie italiane per ricreazione e cultura, dettaglio – Variazione % 2016-2013. Fonte: elaborazione Federculture su dati Istat (2017).

Spesa delle famiglie italiane per ricreazione e cultura, composizione - 2016

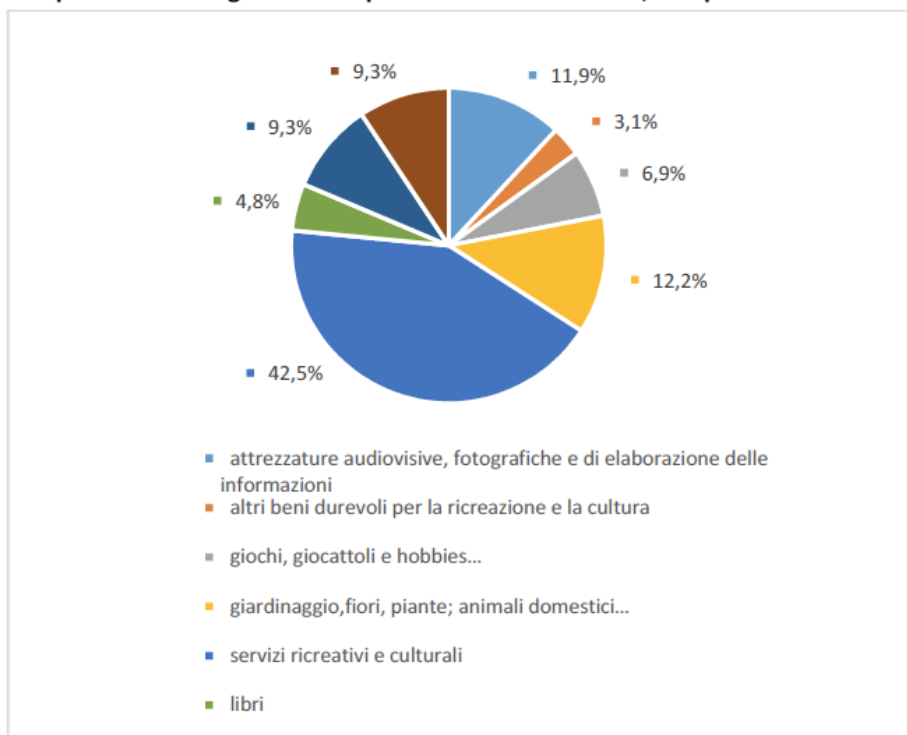


Figura 20. Spesa delle famiglie italiane per ricreazione e cultura, composizione – 2016. Fonte: elaborazione Federculture su dati Istat (2017).

A livello territoriale, si conferma il divario tra Nord e Sud descritto nel paragrafo precedente riguardante l'offerta nazionale: rispetto ai consumi che le famiglie italiane destinano a ricreazione, spettacolo e cultura, la

spesa media mensile si rivela pari a 130,06 euro al mese a livello nazionale, presentando però una significativa disgregazione a livello regionale. A Nord essa è, infatti, nettamente superiore (circa 160 euro), si prosegue poi con il Centro (129 euro), il Mezzogiorno (90 euro), per concludere poi con le isole (80 euro). La spesa mensile del Nord-Ovest supera di ben 80 euro quella delle isole, totalizzando il doppio rispetto all'ammontare relativo alle aree insulari.

Anche nel 2016, la maggiore propensione ai consumi culturali si registra in Trentino Alto Adige, dove le famiglie spendono in media 209 euro al mese nel settore culturale. Seguono la Lombardia con 177 euro e l'Emilia Romagna con 166 euro. In coda alla graduatoria si trovano, invece, Calabria (62 euro), Basilicata (60 euro) e Molise (59 euro). (Figura 21)

Regione	Spesa media mensile (=100%) euro	Spesa media mensile in ricreazione, spettacoli e cultura euro
Trentino-Alto Adige	3.073,73	208,62
Lombardia	3.040,38	177,48
Emilia-Romagna	2.975,45	166,57
Valle d'Aosta	2.862,42	155,25
Veneto	2.673,21	149,41
Toscana	2.821,38	146,63
Piemonte	2.607,58	141,79
Lazio	2.619,95	131,05
Friuli-Venezia Giulia	2.479,04	128,70
Campania	2.065,24	113,19
Sardegna	2.128,72	112,61
Liguria	2.289,46	110,53
Marche	2.263,60	97,74
Umbria	2.250,05	85,39
Puglia	2.171,18	82,65
Abruzzo	2.158,97	78,28
Sicilia	1.876,21	67,74
Calabria	1.701,04	62,53
Basilicata	1.981,19	59,77
Molise	2.175,71	59,31
Italia	2.524,38	130,06

Figura 21. Spesa delle famiglie italiane per ricreazione e cultura, distribuzione regionale – 2016. Fonte: Istat (2017).

Osservando, però, la variazione di spesa verificatasi tra il 2016 e il 2015, è possibile notare come il maggior incremento nei consumi culturali si sia verificato in Sardegna (+18,8%) e Campania (+15,4%), e come, invece, Abruzzo, Marche, Umbria e Molise abbiano subito forti contrazioni, rispettivamente del -13,2%, -14,9%, -18,9% e -25,4%.

Il confronto europeo (basato su dati risalenti al 2015, gli ultimi disponibili), evidenzia una differenza di ben 1,8 punti percentuali che distanziano il grado di incidenza sulla spesa totale della quota che le famiglie italiane indirizzano verso i consumi culturali (pari al 6,7%) dalla media europea (pari all'8,5%). All'interno di questo scenario, si collocano dietro all'Italia solamente Lussemburgo (6,3%), Cipro, Irlanda e Portogallo (6,0%), Romania (5,9%) e Grecia (4,5%). (Figura 22)

Spesa delle famiglie europee per ricreazione e cultura – incidenza % sulla spesa totale, Anno 2015

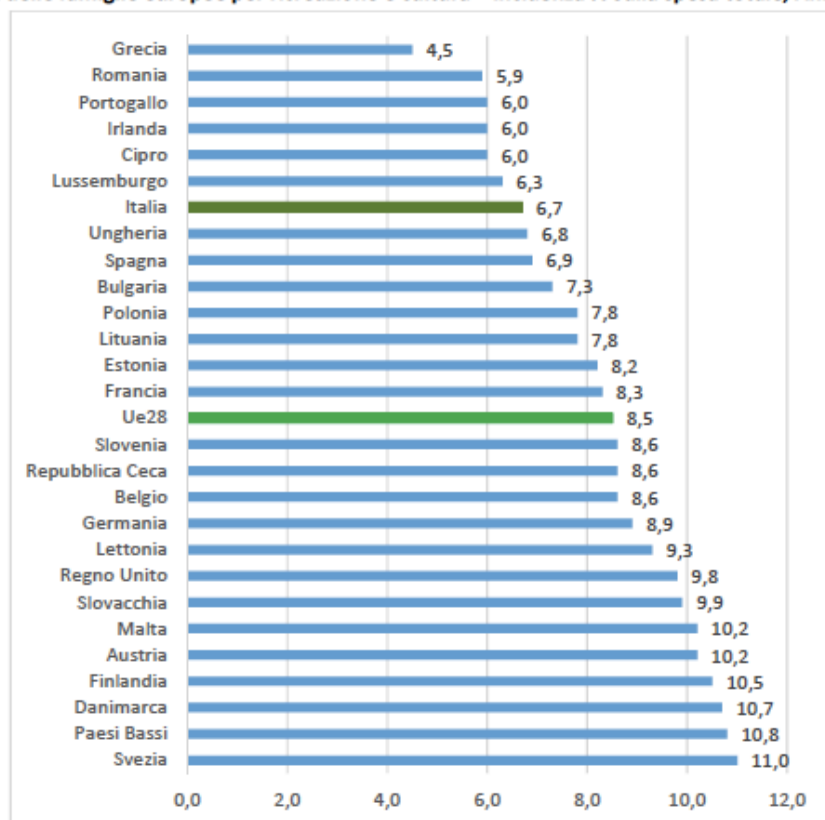


Figura 22. Spesa delle famiglie europee per ricreazione e cultura – Incidenza % sulla spesa totale, Anno 2015

Fonte: Eurostat (2016). National accounts.

La fruizione culturale

Segnali positivi provengono anche dal versante della fruizione, che vede una crescita piuttosto uniforme del numero degli italiani che dichiarano di partecipare, almeno una volta l'anno, ad intrattenimenti di tipo culturale, fatta eccezione per alcuni ambiti. Gli incrementi più significativi si registrano tra le visite a musei e mostre, che subiscono un incremento del +4%, quelle a monumenti e siti archeologici, con un +5,4%, il cinema aumenta il proprio bacino d'utenza del +5% ed infine il settore musicale dei concerti vanta il tasso di crescita più alto, pari al 7,7%. Dati negativi si presentano, invece, per gli spettacoli di musica classica e per la letteratura, che perdono rispettivamente il -14,5% e il -3,7% (Figura 23).

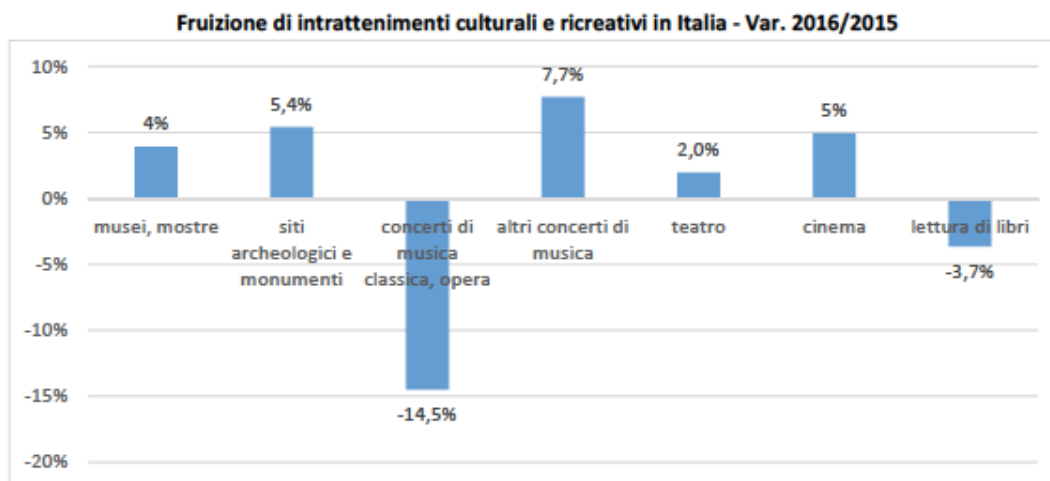


Figura 23. Fruizione di intrattenimenti culturali e ricreativi in Italia – Variazione 2016/2015. Fonte: elaborazioni Federculture su dati Istat (2017). *Indagini Multiscopo, persone di 6 anni e più per fruizione di vari tipi di spettacolo e/o intrattenimento fuori casa almeno una volta l'anno.*

Come affrontato riguardo la spesa culturale, anche rispetto alla fruizione i dati positivi rivelano un consolidamento della ripresa che ha coinvolto il triennio successivo agli anni 2012-2013, durante i quali l'economia ha registrato picchi particolarmente negativi. Tra il 2016-2013, infatti, le visite a siti archeologici e monumenti, a mostre e musei segnano un incremento del +22%; la partecipazione ai concerti di musica leggera aumenta del +19%, affiancata dalla frequentazione al cinema, con un +13%. Le rilevazioni rimangono invece negative rispetto a musica classica e lettura, le quali mantengono un'attitudine negativa, rispettivamente del -7,0% e -4,1% (Figura 24).

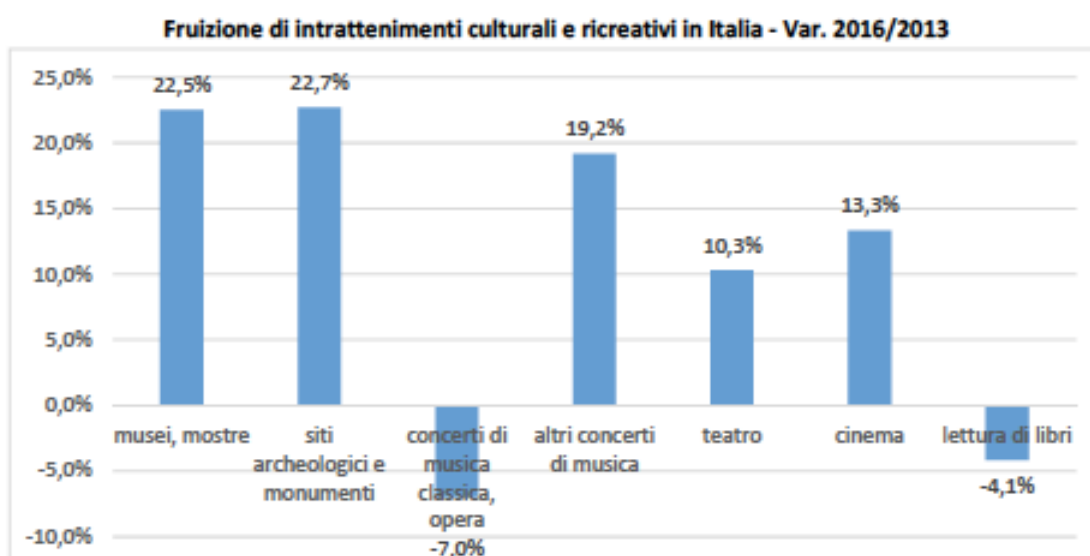


Figura 24. Fruizione di intrattenimenti culturali e ricreativi in Italia – Variazione 2016/2013. Fonte: elaborazioni Federculture su dati Istat (2017). *Indagini Multiscopo, persone di 6 anni e più per fruizione di vari tipi di spettacolo e/o intrattenimento fuori casa almeno una volta l'anno.*

E proprio rispetto a quanto accade nell'ambito della lettura di libri è necessario appuntare alcune osservazioni. Il numero di coloro che leggono almeno un libro all'anno per motivi che non siano professionali o scolastici (lettori deboli), affronta una costante discesa dal 2012 e nel 2016 ha raggiunto appena il 40,5% della popolazione di età maggiore ai 6 anni (Figura 25), mentre il numero di persone che hanno letto almeno 4 libri in un anno si mantiene intorno al 22%.



Figura 25. Lettori di libri – Serie storica 2006-2016. Fonte: elaborazioni Federculture su dati Istat (2017).

La prevalenza di lettori deboli in Italia, non viene inoltre in alcun modo compensata dall'ingresso sulla scena delle nuove tecnologie, le quali vedono l'utilizzo degli e-book stagnante all'8,3% della popolazione, considerando che per gli Stati Uniti la percentuale relativa al 2016 raggiunge il 28%.

Il parallelismo tra fruizione e spesa prosegue, poi, con la valutazione territoriale, che anche in questo caso dimostra forti differenze a seconda del luogo d'analisi: il Mezzogiorno si conferma ad un livello di partecipazione particolarmente basso, inferiore alla media rispetto sia al valore calcolato su base nazionale, sia a quello riferito alle altre zone del Paese. Campania, Sicilia, Calabria e Puglia occupano, infatti, quasi sempre gli ultimi posti in classifica, dove invece sul podio si vedono stabili le regioni del Trentino Alto Adige, del Friuli Venezia Giulia e della Lombardia (Figura 26).

Persone di 6 anni e più che hanno fruito di intrattenimenti culturali almeno una volta negli ultimi 12 mesi
 Anno 2016, per 100 persone della stessa classe di età, sesso e zona

	musei, mostre		siti archeologici e monumenti		concerti di musica classica, opera
Trentino-Alto Adige	45,2	Friuli-Venezia Giulia	32,2	Trentino-Alto Adige	13,7
Friuli-Venezia Giulia	41,0	Valle d'Aosta	32,1	Friuli-Venezia Giulia	11,6
Lombardia	40,0	Sardegna	30,8	Basilicata	11,6
Piemonte	37,9	Trentino-Alto Adige	30,7	Marche	10,2
Veneto	36,2	Lazio	29,7	Lombardia	9,7
Emilia-Romagna	35,2	Lombardia	29,5	Lazio	9,7
Valle d'Aosta	34,3	Veneto	27,9	Toscana	9,5
Toscana	33,9	Piemonte	27,2	Veneto	9,2
Lazio	32,9	Umbria	26,9	Piemonte	9,1
Liguria	32,0	Toscana	26,4	Valle d'Aosta	9,0
Marche	31,8	Emilia-Romagna	26,1	Emilia-Romagna	8,6
Umbria	30,7	Marche	25,0	Molise	8,4
Sardegna	28,8	Liguria	23,5	Liguria	8,0
Basilicata	25,8	Basilicata	21,4	Umbria	7,7
Molise	24,1	Molise	20,6	Sardegna	7,3
Abruzzo	23,0	Campania	20,2	Abruzzo	6,5
Campania	21,9	Abruzzo	19,2	Puglia	6,1
Sicilia	19,7	Puglia	17,2	Campania	5,9
Puglia	19,4	Sicilia	16,8	Sicilia	5,9
Calabria	15,2	Calabria	13,0	Calabria	4,4

	altri concerti di musica		teatro		lettura di libri
Trentino-Alto Adige	30,8	Trentino-Alto Adige	31,4	Friuli-Venezia Giulia	54,3
Basilicata	28,3	Lazio	26,3	Trentino-Alto Adige	53,4
Friuli-Venezia Giulia	24,5	Friuli-Venezia Giulia	24,8	Valle d'Aosta	51,1
Lazio	23,5	Lombardia	23,0	Lombardia	48,9
Emilia-Romagna	23,0	Marche	21,7	Veneto	48,7
Toscana	22,1	Toscana	20,9	Piemonte	48,1
Abruzzo	21,9	Liguria	20,7	Liguria	46,8
Veneto	21,8	Emilia-Romagna	20,6	Emilia-Romagna	46,1
Molise	21,8	Piemonte	19,5	Sardegna	45,7
Lombardia	21,6	Umbria	19,5	Toscana	44,2
Marche	21,0	Sicilia	19,2	Lazio	42,9
Sardegna	21,0	Veneto	18,7	Marche	40,0
Piemonte	20,7	Basilicata	18,0	Umbria	39,8
Valle d'Aosta	20,7	Valle d'Aosta	16,5	Abruzzo	34,5
Umbria	19,9	Abruzzo	16,3	Molise	31,9
Calabria	19,5	Campania	16,2	Basilicata	30,4
Puglia	18,6	Molise	14,9	Puglia	27,2
Liguria	17,6	Sardegna	14,6	Campania	26,3
Sicilia	16,9	Puglia	14,3	Sicilia	25,8
Campania	16,2	Calabria	11,9	Calabria	25,1

Figura 26. Persone di 6 anni e più che hanno fruito di intrattenimenti culturali almeno una volta negli ultimi 12 mesi – Anno 2016. Fonte: elaborazioni Federculture su dati Istat (2017).

Nonostante i dati fino ad ora esposti dimostrino un discreto andamento dei consumi relativi al settore culturale, numeri come quelli relativi alla lettura o alla disgregazione che si afferma a livello regionale, dimostrano come in Italia rimanga presente un problema rispetto alla scarsa partecipazione complessiva nei riguardi delle attività culturali. Percorrendo le rilevazioni raccolte tra il 2008 e il 2016, si evince un ampliamento del 3,4% della fascia dei non fruitori, ossia del numero di persone con età maggiore o uguale a 6 anni che non partecipa in alcun modo alla vita culturale (dal 34,0% del 2008 al 37,4% del 2016).

A questo punto dell'analisi, il passo successivo è dunque quello di indagare su quali siano i fattori che stimolano e quali quelli che limitano la partecipazione culturale. In tal senso, infatti, questa si rivela strettamente connessa con il benessere delle famiglie, il titolo di studio dei membri di quest'ultime e le loro caratteristiche anagrafiche.

Come è possibile osservare nella tabella sottostante (Figura 27), le famiglie a basso reddito, ed in particolare quelle nelle quali vi sono anche stranieri, sono travolte da una vera e propria ondata di esclusione culturale che raggiunge il 55% in termini di mancata partecipazione, percentuale che aumenta sino al 70% tra le famiglie con stranieri residenti nel Mezzogiorno o nelle isole. Di contro, è evidente invece lo scarto che si palesa in maniera progressiva salendo la scala sociale e reddituale, dove in corrispondenza della classe dirigente la quota di non fruitori si limita al 9% degli appartenenti a questa fascia sociale.

Persone di 6 anni e più per numero di attività culturali svolte nel tempo libero e gruppo sociale di appartenenza¹
Anni 2008 e 2016 (per 100 persone di 6 anni e più appartenenti allo stesso gruppo sociale).

	Nessuna attività culturale		1-2 attività culturali		3 o più attività culturali	
	2008	2016	2008	2016	2008	2016
Famiglie a basso reddito con stranieri	49,5	55,5	31,7	27,5	15,8	14,1
Famiglie a basso reddito di soli italiani	40,9	44,4	36,2	34,1	21,5	20
Famiglie tradizionali della provincia	33,6	42,3	38,5	33,3	25,8	23,4
Anziane sole e giovani disoccupati	50,8	49,6	28,6	29,5	18,1	19,5
Famiglie degli operai in pensione	44,3	51,3	37,1	33,8	17,3	14,1
Giovani <i>blue-collar</i>	33,8	35,9	38,7	37,8	26,5	25,8
Famiglie di impiegati	16	19,7	33	34,3	49,7	45,4
Pensioni d'argento	14,7	22,2	33,7	35,2	49,4	41,7
Classe dirigente	8,1	9,3	23,5	24	66,1	65,8
Totale Italia	34	37,4	34,7	32,7	29,6	28,8

Figura 27. Persone di 6 anni e più per numero di attività culturali svolte nel tempo libero e gruppo sociale di appartenenza – Anni 2008 e 2016. Fonte: elaborazioni Istat (2017). *Aspetti della vita quotidiana*.

Un recente articolo pubblicato da Il Sole 24 Ore²⁶, descrive poi un ulteriore approfondimento condotto dall'osservatorio Findomestic/Doxa rispetto alla fruizione culturale da parte delle famiglie italiane e, dopo aver spiegato come le preferenze degli utenti varino in base alla fascia d'età a cui appartengono (cinema e musei conquistano i giovani, gli over 60 amano il teatro e via dicendo), individua una serie di fattori che contribuiscono ad incoraggiare o a minare la partecipazione. Nello specifico, l'indagine, il cui oggetto di studio si limita alla sotto categoria museale, è stata elaborata sulla base di un totale di 750 campioni, i quali hanno espresso la propria opinione rispetto a quali siano le iniziative più efficaci al fine di incentivare le visite: il 47% di loro ha reclamato una più diffusa accessibilità al settore culturale, realizzabile mediante una diminuzione del prezzo del biglietto di ingresso; subito dopo, l'accesso gratuito un giorno al mese si rivela una soluzione ottimale per il 43% delle persone, seguito da aperture serali e promozioni relative a biglietti di

²⁶ M. Pirrelli (2018). *Consumi culturali: l'età fa la differenza*. Il Sole 24 Ore.

treni, aerei e altri mezzi di trasporto (entrambi appoggiati al 28%), concludendo poi con una differenziazione dei prezzi tra alta e bassa stagione (24%). (Figura 28)



Figura 28. Le iniziative più efficaci per incentivare la visita dei musei. Fonte: Doxa

Come accennato all'inizio del paragrafo, le due sotto categorie che singolarmente vantano una domanda più elevata sono quella dei servizi ricreativi e culturali –con particolare attenzione ai musei– e il turismo.

Andando ad analizzarli singolarmente, nel primo caso, i dati più recenti relativi al triennio 2013/2016 descrivono un notevole ampliamento del pubblico destinato ai musei statali: i numeri, facenti riferimento ai siti culturali in capo al MiBACT, parlano, infatti, di oltre 40 milioni di visitatori nel 2014 (che segnano così la ripresa della brusca discesa registratasi tra il 2012 e il 2013) e di 45,5 milioni nel 2016, con un incremento pari al +4% rispetto all'anno precedente. A livello regionale, ancora una volta si confermano delle forti differenze, che vedono l'86% dei visitatori concentrarsi in appena cinque regioni – Lazio, Campania, Toscana, Piemonte e Lombardia (Figura 29).

REGIONE	2016		Var. % 2016/2015	
	Totale Visitatori	Introiti Lordi* (Euro)	Visitatori	Introiti Lordi
LAZIO	20.371.718	67.616.298,00	0,03	7,48
CAMPANIA	8.084.419	41.711.743,99	14,30	17,55
TOSCANA	6.396.665	31.085.537,75	-5,18	3,96
PIEMONTE	2.464.023	13.367.382,44	26,89	22,28
LOMBARDIA	1.828.638	7.994.976,35	10,65	33,54
FRIULI-VENEZIA GIULIA	1.198.771	1.456.039,00	-1,30	26,48
VENETO	1.058.227	3.192.844,96	20,63	80,74
EMILIA ROMAGNA	1.035.469	2.219.286,25	2,68	26,04
PUGLIA	628.389	1.396.514,75	6,29	17,34
SARDEGNA	519.468	1.412.742,50	5,02	14,53
MARCHE	519.241	1.356.043,50	1,11	37,51
CALABRIA	498.263	826.893,50	39,37	102,25
UMBRIA	260.034	567.165,19	7,63	21,45
BASILICATA	235.468	201.068,00	-8,05	7,90
LIGURIA	205.967	390.503,55	64,67	113,77
ABRUZZO	140.181	144.988,00	-12,93	105,56
MOLISE	76.253	48.693,50	0,27	71,07
TOTALI	45.521.194	174.988.721,23	4,18	13,15

Figura 29. Visitatori dei siti culturali statali – 2016. Fonte: MiBACT (2017)

Assumendo ora la prospettiva del settore turistico, una necessaria premessa riguarda la distinzione terminologica tra arrivi e presenze, dove i primi rappresentano il numero di clienti ospitati nelle strutture ricettive, mentre le seconde indicano il numero di notti trascorse nelle strutture.

Nel 2016 sono stati rilevati 1,2 miliardi di arrivi internazionali, con un tasso di incremento del +4,4% rispetto all'anno precedente, ciò significa che 50 milioni di turisti in più, rispetto al 2015, hanno intrapreso un viaggio con destinazione internazionale. Nonostante l'instabilità geopolitica presente in molti Paesi del mondo, il 2016 è il settimo anno consecutivo a registrare un aumento positivo degli arrivi internazionali, dimostrando in questo modo come l'universo turistico non conosca crisi dopo il 2009.

Rispetto all'Italia, nel 2016 gli esercizi ricettivi raggiungono il massimo storico con oltre 116,9 milioni di arrivi, comprensivi di clienti italiani e stranieri (+3,1% rispetto al 2015), e poco meno di 403 milioni di presenze (+2,6% rispetto all'anno precedente). (Figura 30)

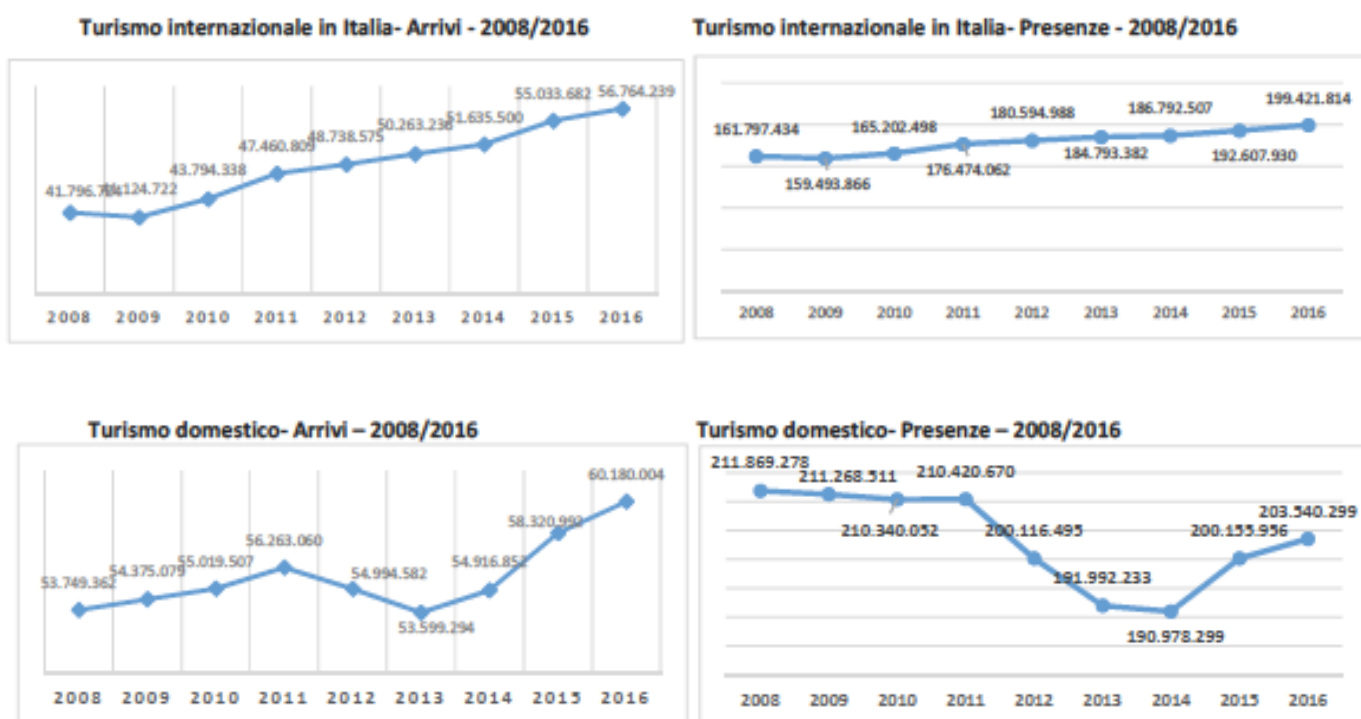


Figura 30. Andamento di arrivi e presenze in Italia a livello internazionale e domestico – 2008/2016. Fonte: elaborazioni Federculture su dati Istat (2017)

Anche i primi sette mesi del 2017 (ultimi dati consultabili) confermano la perseveranza del trend positivo del turismo italiano: nell'intervallo Gennaio/Luglio 2017, infatti, si sono registrati 70,5 milioni in termini di arrivi e 233,8 milioni di presenze, con un incremento rispetto allo stesso periodo del 2016 di, rispettivamente, +4,1% e +4,7%. L'andamento della filiera turistica è pertanto fiorente, ma rimane concentrata, come nei casi precedenti, concentrata in alcune regioni del territorio. A riprova di ciò, il fatto che il 61% della spesa turistica degli stranieri si concentra tra Lombardia, Lazio, Veneto e Toscana, con il Mezzogiorno che continua ad occupare i posti di coda e a non essere adeguatamente valorizzato per ciò che sarebbe in grado di proporre.

2.2.3 Import ed export

Le attività di importazione ed esportazione riferite all'ambito dei beni culturali trovano la propria matrice all'interno del Trattato di Lisbona, in particolare all'Articolo 167, dove viene fatta richiesta agli Stati membri di supportare e diffondere la cultura al fine di arricchirsi a vicenda.

Quando si affiancano i termini import ed export all'industria culturale, si allude principalmente a “prodotti fisici che si possono trasportare, ma che siano anche in grado di trasmettere valori artistici, simbolici ed estetici del genio creativo di ogni Paese²⁷”, pertanto rientrano sotto questa definizione opere d'arte, editoria e stampa, antichità, prodotti audiovisivi, ma anche tessili, strumenti musicali, film e giochi, fotografie e mappe.

In quest'ottica ci si aspetterebbe che l'Italia, in possesso del patrimonio storico-artistico più ricco in assoluto, vantasse il primato di Paese culturale per eccellenza, quanto meno a livello di esportazioni. Le aspettative vengono però presto deluse dal fatto che la Penisola non rientra nel podio dei bilanci positivi relativi ad import ed export, nonostante vanti dei risultati piuttosto incoraggianti, soprattutto se si considera il confronto con gli altri Paesi europei.

Come è possibile dedurre osservando l'infografica realizzata da Shopalike e basata su un report redatto da Eurostat²⁸, il Bel Paese si trova in settima posizione in termini di esportazioni e in sesta quanto ad importazioni, risultando quarto nel bilancio totale, a seguito di Regno Unito, Germania e Polonia. L'Italia esporta beni culturali per un totale di 1 miliardo e 773 milioni di euro e ne importa per 1 miliardo e 354 milioni di euro, vantando un bilancio positivo di +419 milioni di euro, pari a 265 milioni in meno rispetto al terzo posto occupato dalla Polonia. I sotto settori che vanno per la maggiore parlando di export sono i prodotti tessili culturali quali arazzi e tappeti preziosi, che conquistano il 24,9%, seguiti dalle opere d'arte (23,5%) e dai libri (21,9%). Oltre ai prodotti tessili (25,1%), nell'import sono film e giochi a farla da padroni (20,2%).

Al fine di determinare il bilancio culturale dei vari Stati, il report elaborato da Eurostat e sopra citato, ha sottratto l'importazione all'esportazione e, alla luce di ciò, si può affermare che, per quanto riguarda l'esportazione, Germania e Regno Unito sono senza dubbio i primi Paesi in termini di bilancio positivo di beni culturali esportati ed importati, il quale ammonta rispettivamente a +903 e +4290 milioni di euro.

Oltre a Regno Unito, Germania, Polonia e Italia, coloro che presentano un bilancio positivo sono Repubblica Ceca, Lussemburgo, Turchia, Lettonia, Estonia, Slovacchia, Lituania, e Slovenia. Tutti i rimanenti importano più di quanto esportano, ossia hanno un bilancio negativo (Figura 31).

²⁷ A. Pizzi (2017). *Import/Export della Cultura in UE: l'Italia fuori dalla Top 3*. Tratto da [culturamente.it: https://www.culturamente.it/societa/import-export-cultura-italia/](https://www.culturamente.it/societa/import-export-cultura-italia/)

²⁸ Shopalike.it, basato su un report Eurostat (2017). Tratto da Shopalike.it: <https://www.shopalike.it/import-export-culturale#no>

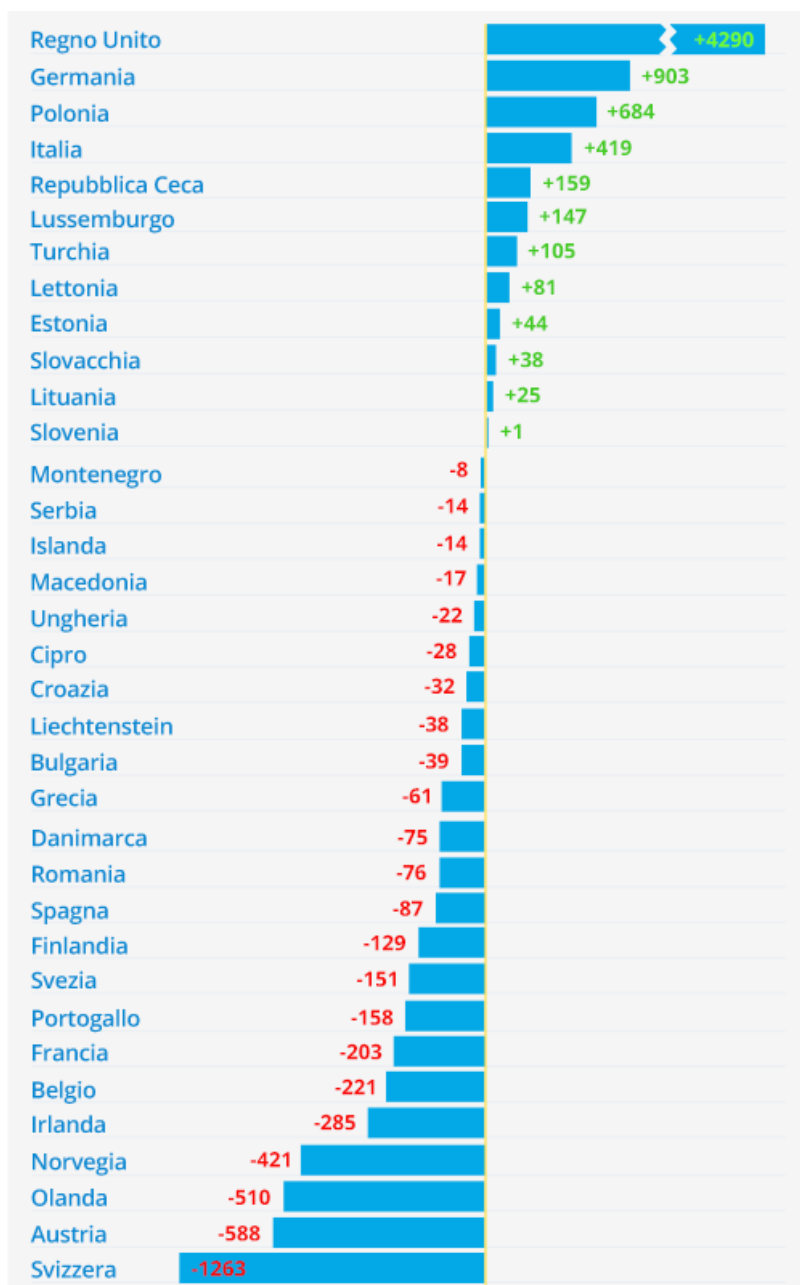


Figura 31. Bilancio import/export culturale (in milioni di €) – Anno 2016

Fonte: elaborazione Shopalike.it su dati Eurostat (2017)

3. POLITICHE PER LA CULTURA: IL RUOLO DEL GOVERNO

3.1 La normativa culturale in Italia dalle origini ad oggi

Il primo accenno normativo rivolto al mondo dei beni culturali si afferma in Italia con la legge Rosadi, n. 364/1909, emanata durante il governo di Giovanni Giolitti. Essa vanta tra i suoi punti cardine l’inalienabilità dei beni demaniali e del patrimonio pubblico, l’istituzione del diritto di prelazione dello Stato nel caso di alienazione dei beni dei privati, quella delle Soprintendenze come cellule periferiche dello Stato, nonché un regime vincolistico nei confronti della proprietà privata, attuato mediante lo strumento della notifica. Più tardi, con le cosiddette leggi Bottai (n. 1089 e 1497 del 1939), vengono organizzate in maniera puntuale le disposizioni legislative di tutela del patrimonio, estendendo il concetto di bene culturale a tutto ciò che esercita

una rilevanza per la storia della nazione ed è di godibilità pubblica; tuttavia, a tali norme non è mai seguito alcun decreto applicativo.

A livello istituzionale, il settore dei beni culturali trova la propria identificazione nel 1975 con la nascita del Ministero per i Beni Culturali ed Ambientali, ridefinito più tardi come Ministero per i Beni e le Attività Culturali. In questo contesto, viene a delinearsi la reale struttura del corpus normativo relativo al settore culturale, che vede l'emanazione della legge Roche (n. 4 del 1993) prima e della legge Veltroni (dl 134/98) poi. Nel primo caso, vengono introdotte una serie di importanti novità relative alla gestione museale ed in particolare rispetto al personale e ai cosiddetti servizi aggiuntivi o collaterali a pagamento (caffetterie, ristoranti, editoriali, etc.), i quali possono ora essere gestiti da privati, andando così a definire una mutazione degli equilibri che vedevano una gestione prettamente pubblica del patrimonio culturale. Dopo la legge n. 78 del 1997, con cui viene eliminata la tassa d'ingresso ai musei ed introdotto il pagamento del biglietto, la legge Veltroni anticipa il principio di sussidiarietà affermato tre anni dopo dalla riforma del titolo V della Costituzione, sancendo la necessità di una ripartizione delle funzioni amministrative tra Stato ed Enti territoriali. In questo senso, infatti, la legge costituzionale 3/2001 che ha modificato il sopra citato titolo V, afferma, attraverso l'attuale Art. 117, che "Lo Stato ha legislazione esclusiva nelle seguenti materie: [...] s) tutela dell'ambiente, dell'ecosistema e dei beni culturali. [...] Sono materie di legislazione concorrente a quelle relative a: [...] valorizzazione dei beni culturali e ambientali e promozione e organizzazione di attività culturali. [...] Spetta alle regioni la potestà legislativa in riferimento ad ogni materia non espressamente riservata alla legislazione dello Stato²⁹".

Un ulteriore passo avanti nei confronti della normativa relativa ai beni culturali, è stato compiuto nel 2004, con l'introduzione del *Codice dei beni culturali e del paesaggio* (dl. n. 42 del 22 gennaio), finalizzato a sostituire il *Testo Unico dei beni culturali e ambientali* risalente al 1999. All'interno di esso viene illustrata la distinzione tra attività di tutela, facenti capo allo Stato e svolte principalmente dal Ministero per i beni e le attività culturali, e di valorizzazione, tipiche, invece, delle Regioni. Nello specifico, il Codice definisce la tutela come il complesso di "attività dirette, sulla base di un'adeguata attività conoscitiva, ad individuare i beni costituenti il patrimonio culturale ed a garantirne la protezione e conservazione per fini di pubblica fruizione e nell'adozione di provvedimenti volti a conformare e regolare diritti e comportamenti inerenti al patrimonio culturale³⁰"; di contro, la valorizzazione comprende "l'esercizio delle funzioni e la disciplina delle attività dirette a promuovere la conoscenza del patrimonio culturale e ad assicurare le migliori condizioni di conservazione, utilizzazione e fruizione pubblica del patrimonio³¹". La linea d'azione adottata dall'Italia è quella di svolgere le attività di valorizzazione in modo coordinato tra il Ministero, le Regioni e i restanti Enti pubblici territoriali, con lo Stato che definisce i principi e le Regioni che esercitano la funzione legislativa.

²⁹ Art. 117 Cost.

³⁰ Art. 3 Codice dei beni culturali e del paesaggio.

³¹ Art. 6 Codice dei beni culturali e del paesaggio.

In questo ambito, esistono due tipi di politiche tra loro opposte: quelle che fanno riferimento alla conservazione e alla tutela, dette di *backward looking*, e quelle relative alla produzione, note come interventi di *forward looking*. Tra le due, l'Italia ha da sempre investito sulle prime, relegando la produzione ad un piano secondario, senza però rendersi conto di quanto questa rappresentasse e rappresenti tutt'oggi la chiave di volta per affrontare le sfide proposte dalla contemporaneità.

Dopo questo breve excursus, atto a delineare il percorso normativo relativo alla filiera culturale, il paragrafo che segue si pone l'obiettivo di riprendere la matrice economica che costituisce il filo conduttore del seguente elaborato, attraverso l'analisi dei riscontri ottenuti da una delle più importanti politiche fiscali attuate negli ultimi anni: la Riforma Franceschini.

3.1.1 L'impatto economico della Riforma Franceschini sul sistema museale

Avviata nel 2013 dal Ministro Bray, la riorganizzazione del sistema museale è stata ripresa e portata a termine dall'ex ministro dei beni e delle attività culturali Dario Franceschini, il quale ha presentato il proprio progetto descrivendolo come “l'opportunità per intervenire sull'organizzazione del Ministero e porre rimedio ad alcuni problemi che da decenni segnano l'amministrazione dei beni culturali e del turismo in Italia [...] lungo sei linee di azione:

1. una piena integrazione tra cultura e turismo;
2. la semplificazione dell'amministrazione periferica;
3. l'ammodernamento della struttura centrale;
4. la valorizzazione dei musei italiani;
5. la valorizzazione delle arti contemporanee;
6. il rilancio delle politiche di innovazione e di formazione e valorizzazione del personale MIBACT”.

Gli elementi attraverso i quali tali obiettivi sono stati perseguiti, sono stati individuati anzitutto nella creazione di un sistema museale nazionale, seguita dalla costituzione di una nuova Direzione generale musei, dalla selezione di venti musei di rilevante interesse nazionale a cui è stato conferito il massimo status amministrativo e i cui direttori sono stati scelti tramite selezione pubblica ed infine, l'intervento dell'ex ministro ha previsto il coinvolgimento di ogni Regione nella creazione di Poli musei regionali finalizzati a “promuovere gli accordi di valorizzazione previsti dal Codice” nonché a “favorire la creazione di un sistema museale tra musei statali e non statali, sia pubblici, sia privati” (Franceschini, 2014)³².

Quello che il disegno di legge elaborato da Franceschini ha riconosciuto come il punto dolente all'interno dell'ecosistema museale italiano è stata la sottovalutazione ad esso attribuita e tradotta nella totale assenza di autonomia da parte dei musei, salvo casi sporadici, i quali, prima della riforma, si limitavano a costituire un'articolazione delle Soprintendenze e dunque a non avere la minima qualifica dirigenziale.

³² Cfr. D. L. Jalla (2015). *La Riforma dei Musei Statali Italiani*. Tratto da [ilgiornaledellefondazioni.com: http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/la-riforma-dei-musei-statali-italiani](http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/la-riforma-dei-musei-statali-italiani)

È sulla spinta di queste premesse che nel 2014 sono stati nominati i direttori e le direttrici dei venti musei statali, i quali sono stati così dotati di un'autonomia speciale. Nello specifico, le strutture coinvolte sono state la Galleria Borghese, le Gallerie degli Uffizi, la Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea di Roma, le Gallerie dell'Accademia di Venezia, il Museo di Capodimonte, la Pinacoteca di Brera, la Reggia di Caserta, la Galleria dell'Accademia di Firenze, la Galleria Estense di Modena, la Galleria Nazionale d'arte antica di Roma, il Museo Nazionale del Bargello, il Museo Archeologico Nazionale di Napoli, il Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria, il Museo Archeologico Nazionale di Taranto, il Parco archeologico di Paestum, il Palazzo Ducale di Mantova, il Palazzo Reale di Genova, il Polo Reale di Torino, la Galleria Nazionale delle Marche e la Galleria Nazionale dell'Umbria.

I risultati della riforma ci sono stati ed è possibile constatarne la natura positiva grazie ad una serie di dati forniti dal sopra citato rapporto Federculture, elaborato nel 2017 e relativo all'anno precedente.

Nel 2016, infatti, le istituzioni coinvolte nella riforma hanno registrato complessivamente 8 milioni di visitatori, raccogliendo introiti (lordi) per un totale di oltre 31 milioni di euro e vantando così un incremento rispetto al 2014 del +16,7% per numero di visite e del +37,7% relativamente al riscontro economico. In entrambi i casi si parla di una crescita superiore rispetto a quella che ha coinvolto l'insieme degli istituti statali, che hanno subito un aumento del numero di visitatori pari al +11,7% e al +29% per i guadagni.

I venti musei autonomi inglobano, in termini di pubblico, "il 18% dei visitatori degli istituti statali e il 25% degli introiti"³³ e, se si considera il loro grado di incidenza, è possibile notare come anch'esso aumenti nel periodo considerato (Figura 32).

	anno 2016		anno 2014		Var. 2016/2014	
	Visitatori	Introiti (lordi)	Visitatori	Introiti (lordi)	Visitatori	Introiti (lordi)
Totale 20 musei autonomi	8.044.509	42.892.139	6.895.918	31.156.672	16,7%	37,7%
Totale musei statali	45.521.194	174.988.721,23	40.744.716	135.508.666,74	11,7%	29,1%
Totale musei statali (esclusi musei autonomi)	37.476.685	132.096.581,79	33.848.798	104.351.995,23	10,7%	26,6%
Inc. % musei autonomi su totale statali	18%	25%	17%	23%		

Figura 32. Visitatori ed introiti dei 20 musei autonomi e di quelli statali; incidenza percentuale dei primi sui secondi – Biennio 2014/2016. Fonte: elaborazioni Federculture su dati MiBACT (2017)

Il significativo incremento che ha visto come protagonisti i musei autonomi supera, nel biennio considerato, l'andamento positivo più generale del sistema museale statale, il quale ha tratto vantaggio da una serie di politiche di promozione introdotte parallelamente alla riforma, quali le "domeniche gratuite" che nel 2014 hanno condotto nei musei pubblici circa 8 milioni di visitatori.

³³ Federculture (2017). *Impresa Cultura. Gestione – Innovazione – Sostenibilità*, p. 11

3.2 Il finanziamento della cultura tra pubblico e privato

3.2.1 La dimensione pubblica

Prendendo in considerazione lo stesso arco temporale analizzato nel paragrafo precedente, nel 2014 la spesa pubblica che l'Italia ha destinato alla cultura è stata pari all'1,4% del totale, ben 0,7 punti percentuali in meno rispetto alla media europea (2,1%), posizionandosi così penultima nella classifica Ue (peggiore solamente la Grecia). Questo è ciò che emerge dalle rilevazioni Eurostat riguardanti la spesa statale suddivisa per funzione, secondo le quali la media comunitaria viene superata, invece, dalle percentuali di spesa per i cosiddetti 'Servizi generali' (in cui convergono gli interessi sul debito) e per la protezione sociale (41,8% contro il 40,2% dell'Ue). Guardando alla percentuale sul Pil, invece, l'Italia registra lo 0,7% contro l'1% relativo alla media dell'Unione, posizionandosi ancora una volta penultima, davanti allo 0,6% greco³⁴.

Nel 2016, invece, per la prima volta dopo otto anni, lo stanziamento destinato al MiBACT ha riportato il bilancio di quest'ultimo oltre i 2,1 miliardi di euro, vedendo le risorse pubbliche ritornare alla condizione pre-crisi e dando la speranza di una progressiva ripresa (Figura 33).

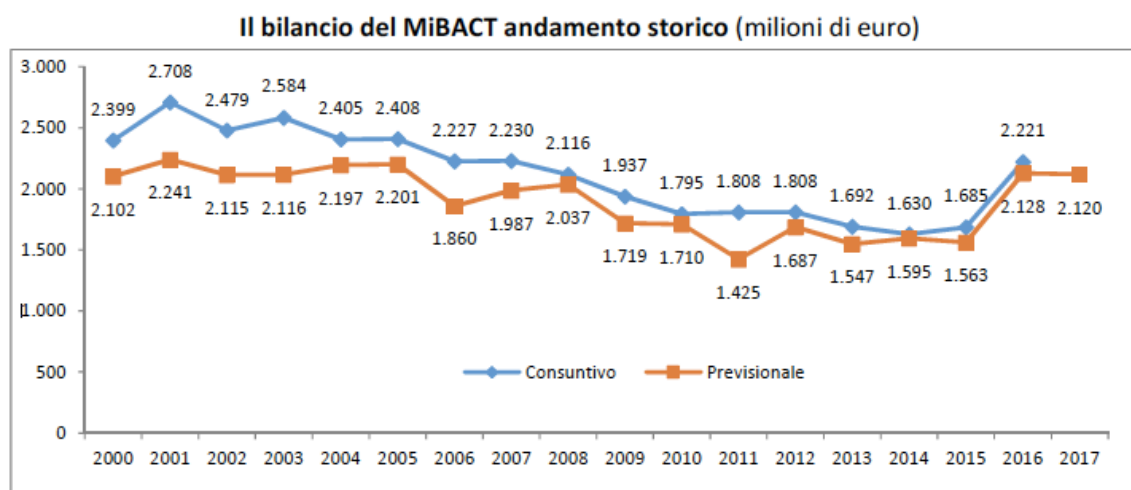


Figura 33. Il bilancio del MiBACT – Andamento storico (milioni di euro). Fonte: elaborazioni Federculture su dati MiBACT (2017)

La fiducia riposta nell'apparente inversione di tendenza verificatasi nel 2016, pare però essere smorzata dalle recenti notizie trapelate dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali, il cui Segretario Generale Giovanni Panebianco ha reso pubblico il budget indirizzato agli interventi di manutenzione ordinaria, restauro e gestione dei siti pubblici per il triennio 2018/2020. La programmazione triennale, definita in maniera ufficiale con la pubblicazione del decreto dello scorso agosto, vede una cifra stanziata per la sua realizzazione che è pari a 196,5 milioni di euro, di cui 28,7 sono destinati a 1048 interventi da effettuare entro la fine del 2018. "Si tratta

³⁴ Cfr. L. Tremolada (2016). *Quanto spende lo Stato per l'educazione e la cultura? Italia maglia nera in Europa per l'istruzione (7,9% del Pil)*. Tratto da Infodata Il Sole 24 Ore: <http://www.infodata.ilssole24ore.com/2016/03/31/quanto-spende-lo-stato-per-istruzione-e-la-cultura-italia-maglia-nera-in-europa-per-istruzione-79-del-pil/>

di una cifra in calo rispetto al triennio precedente, quando i fondi stanziati per anno erano di oltre 37,3 milioni di euro nel 2017, 36,2 milioni nel 2016 e 35,2 nel 2015³⁵”.

Al settore delle Belle Arti e Paesaggi è destinata la fetta più consistente del finanziamento, pari al 38,6% dello stanziamento totale (11 milioni di euro). Dopo questo seguono Archeologia e Poli museali con circa 6 milioni di euro ciascuno, Biblioteche pubbliche, cui spettano 3,2 milioni di euro, Archivi, con 1,6 milioni, e Istituti (540.000 euro).

3.2.2 La dimensione privata e il contributo dell'Art bonus

Rispetto alle risorse elargite da soggetti privati, uno dei contributi più significativi all'interno del settore culturale si rivela essere quello fornito dalle Fondazioni bancarie. In particolare, nel 2016 il finanziamento da esso stanziato ha raggiunto il miliardo di euro (circa il 25% dei fondi complessivi).

Nonostante il suo grande valore, questa cifra accusa però i colpi di una diminuzione del -7% rispetto al 2015 (Figura 34) e scopre, al contempo, il volto una fonte di mecenatismo che solo di recente ha fatto notare la propria influenza nel panorama italiano: le donazioni da parte di privati ed imprese come conseguenza dell'istituzione dell'Art bonus.

Le erogazioni delle Fondazioni bancarie per settore beneficiario (milioni di euro)											
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ARTE, ATTIVITA' E BENI CULTURALI	487,8	524,2	513,1	408	413	335,4	305,3	269,2	272,8	280,1	260,9
TOTALE EROGAZIONI	1.588,10	1.715,10	1.676,10	1.386,40	1.366,40	1.092,60	965,80	885,00	911,90	936,60	1.030,50

Figura 34. Le erogazioni delle Fondazioni bancarie per settore beneficiario (in milioni di euro). Fonte: elaborazioni Federculture su dati ACRI (2017)

Entrato in vigore in via sperimentale a partire dal 2014, l'Art bonus si è rivelato un vero e proprio mezzo attraverso il quale stimolare il mecenatismo. Esso ha introdotto, infatti, un credito di imposta pari al 65% indirizzato alle donazioni in favore della cultura. I risultati ottenuti registrano, nel triennio 2014/2016, ben 5400 mecenati a cui corrispondono oltre 170 milioni di euro in donazioni, tradottisi nella realizzazione di 1183 interventi in favore di siti archeologici, musei, fondazioni lirico-sinfoniche, nonché siti archeologici sparsi in tutta Italia.

³⁵ R. Capozucca (2018). *Dal Mibac, fondi in calo per gli interventi pubblici nel triennio 2018-2020*. Tratto da ArtEconomy24: <https://www.ilsole24ore.com/art/arteconomy/2018-08-14/dal-mibac-fondi-calo-gli-interventi-pubblici-triennio-2018-2020-205116.shtml?uuid=AEmDQEbF>

Parlando dell'identità degli organi a cui fanno capo tali finanziamenti, è possibile osservare come la maggior parte di essi sia costituita da imprese ed enti non commerciali, i quali partecipano, rispettivamente, per il 49% e per il 47%, lasciando il rimanente 4% in mano ai privati (Figura 35).

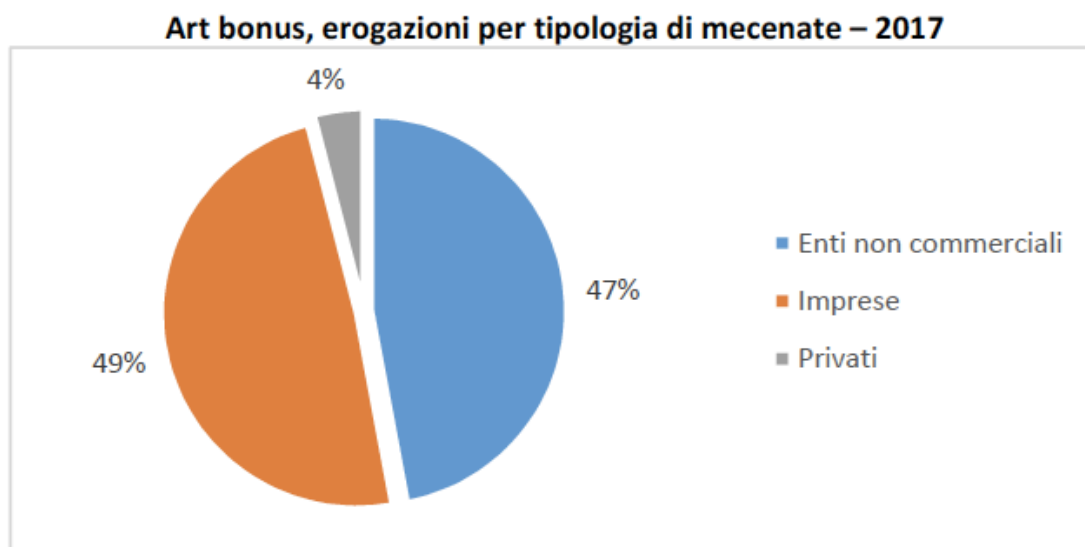


Figura 35. Art bonus, erogazione per tipologia di mecenate – 2017. Fonte: elaborazioni Federculture su dati Art bonus (a luglio 2017)

Di fronte all'evidente successo dell'iniziativa, è però necessario evidenziare il problema relativo alla distribuzione delle risorse a livello territoriale. Come già sottolineato in precedenza, infatti, il divario tra Nord e Sud è particolarmente marcato anche rispetto ai riscontri derivanti dall'Art bonus: ben l'80% delle erogazioni si ferma al Nord, al Centro spetta il 18%, mentre al Mezzogiorno e alle isole giunge appena il 2% (Figura 36).

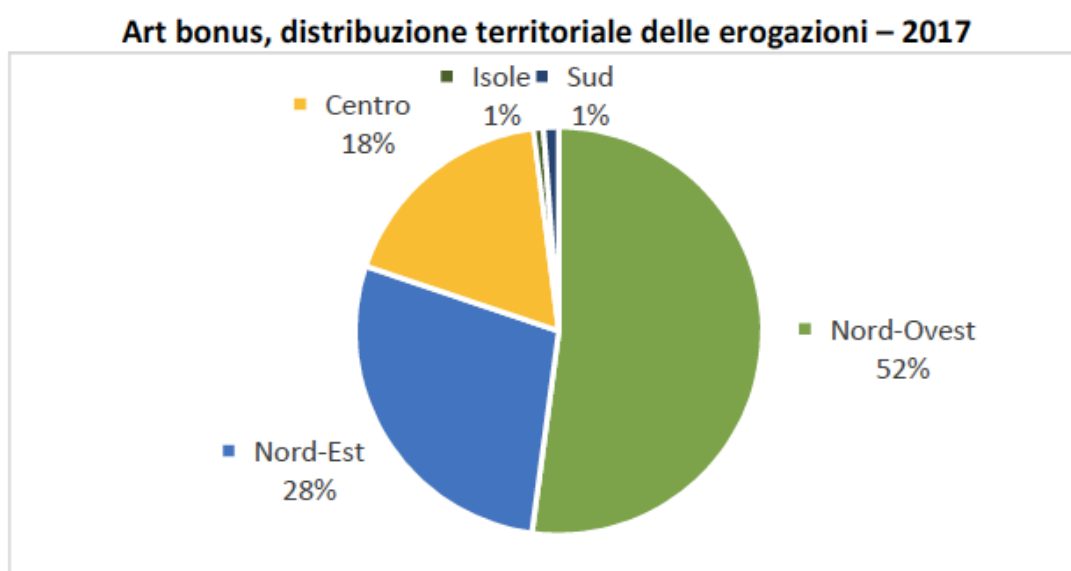


Figura 36. Art bonus, distribuzione territoriale delle erogazioni – 2017. Fonte: elaborazioni Federculture su dati Art bonus (a luglio 2017)

CONCLUSIONI

Attraverso l'analisi condotta dal presente elaborato, si è dimostrato come la cultura, oltre ad essere un settore su cui vale la pena scommettere per il futuro, costituisca già un'effettiva opportunità di crescita e di sviluppo quotidiana. A conferma di ciò, il fatto che nel 2017 essa abbia dato origine al 6% della ricchezza generata dal nostro Paese, vantando un tasso di crescita che negli ultimi anni si è sempre rivelato positivo, a differenza della maggior parte degli altri settori interni al sistema economico.

I tre capitoli attraverso cui questa tesi si snoda, evidenziano, però, anche come la ricchezza innata del patrimonio culturale ed artistico italiano da sola non sia sufficiente a raggiungere significative posizioni di rendita e quanto, al contempo, sia invece condizione imprescindibile la presenza di un agglomerato di menti, governative e non, capaci di generare uno sviluppo dinamico. È solo mediante l'intersezione tra istituzioni, grandi e piccole aziende parte dell'industria creativa e privati, che sarà possibile attivare un circolo virtuoso che instilli nel sistema un'attitudine tesa verso un utilizzo efficiente ed una reale valorizzazione del patrimonio culturale esistente, nonché uno stimolo continuo alla produzione di nuova cultura. Il percorso intrapreso dalla seguente tesi, è partito da una premessa teorica di introduzione alla disciplina che ha gradualmente battuto la strada ad un'analisi del posizionamento dell'offerta e della domanda culturale in Italia, sia a livello locale sia in prospettiva internazionale con lo studio delle attività di import ed export, ed infine ha affrontato il ruolo del governo e le conseguenze di due delle più rilevanti politiche fiscali attuate negli ultimi anni e rivolte alla cultura.

L'enorme forza potenziale del nostro Paese verte nella sconfinata quantità e qualità di bellezza che abbonda dovunque si guardi: l'ecletticità che vede arte classica e rinascimentale, Barocco, Gotico ed avanguardie del Novecento plasmarsi in un unico contenitore in grado di racchiuderle tutte in un trionfo di armonie impossibile da ritrovare altrove è ciò che rende il caso italiano unico ed inimitabile nel suo genere. Appare chiaro, dunque, che il tassello mancante non vada ricercato tra le materie prime, bensì nel processo di valorizzazione del patrimonio culturale, così come in quello di ricerca ed innovazione – tecnologica ma anche e soprattutto gestionale.

Rispetto a ciò, Il Sole 24 Ore, mediante il Manifesto della Cultura, ha stilato una lista composta da cinque voci guida che si propone come base strutturale di una strategia atta a rendere l'Italia un Paese in grado di esaltare la propria particolarità, rendendola il motore della propria ripresa economica. Tale manifesto si compone di cinque punti fondamentali:

1. Una Costituente per la cultura, poiché senza cultura non vi è sviluppo. Dove al concetto di “cultura” corrisponde una definizione allargata che comprende educazione, istruzione, conoscenza e ricerca scientifica. E per “sviluppo” si intende la capacità di valorizzare il sapere, nonché di guidare il cambiamento.
2. Strategie di lungo periodo. Per assecondare una prospettiva di crescita è necessario acquisire un'ottica di medio-lungo periodo: cultura e ricerca attivano innovazione, creano occupazione e producono progresso e sviluppo. Vi è il fervente bisogno che questo tema ritorni al centro dell'attenzione delle

scelte di governo, poiché esso acquista vitale importanza anche rispetto al futuro dei giovani. In questo senso, infatti, “chi pensa alla crescita senza ricerca, senza cultura, senza innovazione, ipotizza per loro (i giovani) un futuro da consumatori disoccupati e inasprisce uno scontro generazionale senza vie d’uscita³⁶”.

3. Cooperazione tra i ministeri. Al fine di agevolare ed assecondare l’efficienza dell’attività del Ministero dei Beni Culturali, esso deve collaborare in maniera continua con quello dell’Ambiente e del Turismo, ma deve altresì rendere partecipe dei propri obiettivi anche i Ministeri dello Sviluppo, dell’Istruzione e della ricerca, del Welfare, degli Esteri ed il Presidente del Consiglio stesso, i quali così facendo possono coordinare il proprio operato in modo da massimizzare i propri risultati e quelli perseguiti dal Ministero dei Beni Culturali stesso.
4. L’arte a scuola e la cultura scientifica. “L’azione pubblica deve contribuire a radicare a tutti i livelli educativi, dalle elementari all’università, lo studio dell’arte e della storia, non disgiunto dalla formazione di una mentalità scientifica ed antidogmatica, per rendere i giovani i custodi del nostro patrimonio”. In funzione di ciò, una sana cultura del merito deve diventare il pilastro portante dell’approccio con il quale i giovani vengono avvicinati all’educazione e al mondo della cultura più in generale, in modo che essi abbiano la possibilità di sviluppare una visione lungimirante e pregna di consapevolezza rispetto all’importanza di accudire il proprio tesoro culturale.
5. Merito, complementarità pubblico-privato, sgravi ed equità fiscale. Il binomio che vede fondersi la sfera pubblica con quella privata non deve più rappresentare un’eccezione da lodare, bensì una regola da rispettare in ogni caso. Per la conquista di questo obiettivo, ritorna più marcata che mai la necessità di una stretta di mano tra privati, imprese ed istituzioni, alle quali spetta il ruolo di intervenire dal punto di vista legislativo, mirando a sostenere le altre due parti del trio mediante un sistema di sgravi fiscali.

In una situazione in cui la ripresa economica continua a dimostrarsi costellata di stenti, qualità ed unicità risultano i fattori decisivi grazie ai quali è possibile fare la differenza. Come ripetuto più volte, il settore culturale è in grado di produrre un valore economico estremamente significativo (in Italia più che altrove), ma perché questo contributo diventi l’origine di una ripresa robusta e concreta, valorizzazione, efficienza, competitività ed innovazione devono diventare le linee guida di un percorso che non si abbassa alla mediocrità ed al pressapochismo tipici dell’epoca attuale, ma che abbraccia le sfide del futuro con estrema dinamicità e competenza.

³⁶ (None). (2015). *I 5 punti del <Manifesto per la Cultura>*. Tratto da Il Sole 24 Ore: <https://www.ilsole24ore.com/art/notizie/2015-10-28/i-5-punti-manifesto-la-cultura--205808.shtml?uuid=ACyvdBPB>

Bibliografia

- (None). (2015). *I 5 punti del <Manifesto per la Cultura>*. Tratto da Il Sole 24 Ore: <https://www.ilsole24ore.com/art/notizie/2015-10-28/i-5-punti-manifesto-la-cultura--205808.shtml?uuid=ACyvdbPB>
- Bosi, P. (2000). *Corso di Scienza delle Finanze*. Bologna: Il Mulino.
- Capozucca, R. (2018). *Dal Mibac, fondi in calo per gli interventi pubblici nel triennio 2018-2020*. Tratto da ArtEconomy24: <https://www.ilsole24ore.com/art/arteconomy/2018-08-14/dal-mibac-fondi-calo-gli-interventi-pubblici-triennio-2018-2020-205116.shtml?uuid=AEmDQEbF>
- Creative Industries Task Force del Department for Culture, Media and Sport di Londra. (1998). *Creative Industries Mapping Documents*. Tratto da gov.uk: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>
- Enciclopedia Treccani*. (s.d.). Tratto da <http://www.treccani.it/enciclopedia/free-rider/>
- Enciclopedia Treccani*. (s.d.). Tratto da Treccani Enciclopedia Online: <http://www.treccani.it>
- Enciclopedia Treccani*. (s.d.). *Treccani*. Tratto da Treccani Enciclopedia Online: <http://www.treccani.it/enciclopedia/cultura/>
- Federculture. (2017). *Impresa Cultura. Gestione - Innovazione - Sostenibilità*.
- Galimberti, F. (2012). *Progetto Cultura - Introduzione*. Il Sole 24 Ore.
- Jalla, D. L. (2015). *La Riforma dei Musei Statali Italiani*. Tratto da [ilgiornaledellefondazioni.com](http://www.ilgiornaledellefondazioni.com): <http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/la-riforma-dei-musei-statali-italiani>
- Joint Research Centre. (2017). *Cultural and Creative Cities Monitor*.
- KEA European Affairs. (2006). *The Economy of Culture in Europe*. Tratto da ec.europa.eu/culture/pdf/doc883_en.pdf
- KEA European Affairs. (2006). *The Economy of Culture in Europe*.
- M. Horkheimer, T. A. (1947). *Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments*. Gunzelin Schmid Noerr.
- Mariano, M. (s.d.). Tratto da [lapiazzamagazine.com](http://www.lapiazzamagazine.com): <http://www.lapiazzamagazine.com/la-sindrome-di-baumol/>
- N. Buratti, C. F. (2011). *La valorizzazione del patrimonio di prossimità tra fragilità e sviluppo locale. Un approccio multidisciplinare*. Franco Angeli.
- Pirrelli, M. (2018, marzo). *Consumi culturali: l'età fa la differenza*. *Il Sole 24 Ore*.

- Pizzi, A. (2017). *Import/Export della Cultura in UE: l'Italia fuori dalla top 3*. Tratto da culturamente.it: <https://www.culturamente.it/societa/import-export-cultura-italia/>
- Santagata, W. (2009). *Libro Bianco sulla Creatività*. Università Bocconi Editore.
- Shopalike.it - Quanto è culturale il tuo Paese?* (2017). Tratto da Eurostat: <https://www.shopalike.it/import-export-culturale#no>
- Symbola - Fondazione per le qualità italiane. (2018). *Io Sono Cultura*.
- Symbola, Unioncamere. (2018). *Io Sono Cultura*.
- Throsby, D. (2005). *Economia e cultura*. (W. Santagata, A cura di, & C. Bartolini, Trad.) Il Mulino.
- Tremolada, L. (2016). *Quanto spende lo Stato per l'educazione e la cultura? Italia maglia nera in Europa per l'istruzione (7,9% del Pil)*. Tratto da Infodata Il Sole 24 Ore: <http://www.infodata.ilssole24ore.com/2016/03/31/quanto-spende-lo-stato-per-leducazione-e-la-cultura-italia-maglia-nera-in-europa-per-listruzione-79-del-pil/>

ABSTRACT

The importance of culture and its potentials are solemnly encouraged by the Italian Constitution: "The Republic promotes the development of culture and scientific and technical research. It protects the landscape and the historical and artistic heritage of the Nation" (Art. 9). But, despite of the positive results produced by the cultural supply chain in the last four years, Italy is far from a real enhancement of its artistic and cultural heritage.

From an international perspective, it often happens that the economy of culture is cured and embellished by the awareness that some countries (such as the Scandinavians) have about its value. In these cases, culture can find a fertile soil where it is able to grow flourishing and strong.

In this sense, the present paper aims to describe the data relating to the cultural sector, as well as to understand their trends, in order to identify the strengths and weaknesses of the Italian ecosystem of cultural industry.

The first chapter makes a brief theoretical introduction to this recent discipline called Cultural economy. It defines the cultural sector and its focus, the creative industry as the heart of the organism, as well as the limits of the subject.

The combination of the terms culture and economics became established during the 1960s. In this period, economists become more and more aware of the ability of cultural value to generate economic value and among them, David Throsby introduces the concept of cultural capital, whose peculiarity is to be "a capital asset that incorporates, preserves and provides cultural value in addition to any economic value it possesses".

A further contribution to the definition of cultural field comes from UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), which declared that "culture can be considered as the whole of the unique spiritual, material, intellectual and emotional aspects that distinguish a society or a social group. It includes not only art and literature, but also the ways of life, the fundamental rights of human beings, the systems of values, traditions and beliefs".

Therefore, it is possible to affirm that, as it has been mentioned before, culture fulfills a multiplicity of functions: starting from the educational one, it is possible to go on with the social one, up to the political and economic dimensions. Indeed, the objectives that it pursues are not limited to the creation of new wealth or to the affirmation of an ever-greater social cohesion, but they are also extended to the increase of the level of education and to the improvement of the quality of life.

But what about the essence of the cultural economic system? A significant contribution to this question was provided by the scholars of the Frankfurt School T.W. Adorno and M. Horkheimer, who in 1947 had the foresight to place side by side the words industry and culture, arguing that like the latter, also the former was characterized by the typical features of production, such as the communicative function of the product and its reproducibility.

Starting from this assumption, the major players active on the production dimension of the economy of culture are the cultural industries and the creativity that moves them.

In 2006 the Directorate General for Education and Culture of the European Commission has directed the work of the so-called Jan Figel Report (also known as The Economy of Culture in Europe), in which two macro areas are identified: the cultural sector and the creative sector.

The first one includes Arts: Visual Arts, Performing Arts and the Heritage, while the second one absorbs Radio and Tv, Film and Video, Music, Publishing and Videogames. The sub-sector of creative activities, on the other hand, involves design, advertising and architecture, which is flanked by all the technologies concerning information and communication included in related industries.

Despite these premises, however, the economy of culture presents some gaps. Among them, the most significant is related to the fact that it is not able to survive without the intervention of the State, meaning that it suffers of a lack of self-sufficiency that requires an external support.

The analysis conducted by the present thesis starts with the economic value of the Cultural and Creative Industries (CCI). In this sense, according to the report *Io Sono Cultura 2018*, in 2017 the Cultural and Creative Production System (CCPS) generated the 6% of the total wealth produced in Italy: over 92 billion euro obtained through the employment of 1.5 million people (6.1% of the total of the employees). The Cultural and Creative Production System is defined as "the set of productive activities that contribute to generate economic value and employment, partly attributable to the sectors of the cultural and creative dimension (*Core*) and partly to the activities that use cultural content and skills to increase the value of their products (*Creative Driven*)". *Core* activities are divided into four sub-sectors: conservation activities and enhancement of heritage historical-artistic, Performing Arts and Visual Arts, cultural industries (cinema, tv, radio, music, videogames software, publishing and printing) and creative industries (belonging to the world of services, such as communication, architecture and design). The scope of the action of the *Creative Driven* dimension, on the other hand, has been identified in all those economic activities that do not belong to the cultural core, but which are subject to culturalization processes. Thanks to the contribution of each of these sectors, last year the cultural chain generated an added value of + 2.0% compared to 2016, as well as an increase of + 1.6% in terms of employment, thus boasting a performance in line with the overall figure of the Italian economy (+ 2.0%) speaking of added value (Figure 5) and higher for the employment, which in the case of the total economy stopped at + 1.1%.

However, the most interesting perspective is revealed by the proportional increase registered in the various sectors. Within the *Core* component, the cutting edge is the Performing Arts sector: it presents a growth rate of + 9.5% compared to 2016, as well as an increase in employment value of + 8.7%. Also noteworthy is the growth of the creative communication industries (+ 7.2% on value added and + 6.7% on employment) and of the design subsector (+ 7.4% and 6.8%), able to absorb the unfavorable dynamics experienced by architecture.

In terms of national offer, the Italian Cultural and Creative Production System had, at the end of 2017, 414,701 companies (+ 0.2% compared to the previous year), which affect the total economic activities of the country for a percentage value equal of 6.7%.

The majority of workers (57.3%) of the CCPS fall within the age group between 35 and 54 years old, despite having a strong concentration within the 25-34 age range. In terms of percentage, this class absorbs the 21.4% of the total employed in the supply chain, against the 17.5% of the rest of the economy. It is therefore clear that the companies belonging to the CCPS, mainly include young workers, which represents a certain interest, given the difficulties encountered these days in the contemporary society. Another parameter worth it to consider is the fact that there is a clear predominance of male sex over women: the percentage that sees women as professionals in the sector stops at 38.6% (compared to 42.2% valid for the rest of the economy), leaving the remaining 61,4% to men. Talking about the foreigners, instead, the lack of their representation is a further element of interest: it has in fact passed from 4.3% in 2016 to 3.9% in 2017, thus confirming Italy's questionable attractiveness in cultural terms.

The creation of value and employment growth of the *Core* component appears to be closely related to the presence of metropolitan agglomerations. A direct consequence of this, is the primacy of Lazio and Lombardy - with their respective cultural catalysts, Rome and Milan. The former boasts an added value of 14.9 billion wealth and 204,000 jobs, while the latter produces 24 billion euros and 350,000 employees. Following, Valle d'Aosta, Piedmont and Marche, are the only regions to experience a cultural and creative influence on the total economy that exceeds the national average for both sizes: in terms of added value the first two produce 6.9%, while the third contributes for 6.1%; for the employment, they see respectively 7.2%, 6.8% and 6.5% of employees.

With these information, it is possible to notice a deep discrepancy between North and South of Italy: the Center is the lion, where the cultural industry produces 7.3% of the added value. They follow immediately afterwards, the North-West (6.8%) and the North-East, with an incidence attested to 5.4%. Finally, the South has not learned to translate its richness into wealth yet; only 4.2% of the added value produced by the territory is attributable to culture, which is both a problem and an opportunity at the same time.

Similar trends are found for employment, with the Center and the North-West at the top (with 7% of the total economy), followed by the North-East with 6.2% and finally the South with 4.2 %.

As it has already been said before, an economic activity is able to encourage many others, therefore for each of these it is possible to affirm the existence of a multiplicative factor through which every euro produced a correspond to a certain number of euros within the rest of the economy. In particular, in the case of the cultural chain, the multiplicative capacity of the CCPS is of 1.80: this means that for one euro of value added produced by one of the cultural activities, they activate an average of another 1.80 euros on the rest of the economy.

In monetary terms, this means that the €92 billion produced by the cultural sector in 2017, are able to activate other €163 billion, thus totaling a cultural chain of €255 billion, now exercising an impact on the economy equal to 16.6% of the added value.

Speaking about the national demand, 2016 was the year in which the phase of recovery in household consumption was consolidated. In terms of annual increase (2016/2015) of the expenditure addressed to the cultural sector, the percentage is equal to 1.7%, 0.2% higher than the one related to the total expenditure for final consumption of Italian families.

The European comparison shows a difference of 1.8 percentage points that separate the degree of incidence on the total expenditure of the share that Italian families direct towards cultural consumption (6.7%) from the European average (8,5%). Within this scenario, only Luxembourg (6.3%), Cyprus, Ireland and Portugal (6.0%), Romania (5.9%) and Greece (4.5%) are behind Italy.

Positive signals also come from the fruition side, which sees a rather uniform growth in the number of Italians who declare to participate, at least once a year, in cultural entertainments, with the exception of some areas. The most significant increases are recorded between visits to museums and exhibitions, which increase by +4%, those to monuments and archaeological sites (+5.4%), the cinema increases its catchment area of +5% and finally the music sector of the concerts boasts the highest growth rate, equal to 7.7%. On the other hand, negative data are presented for classical music and literature, which fall respectively of -14.5% and -3.7%.

The last part of the second chapter, tries to analyze the role of the “rest of the world”: when we speak in terms of import and export, we mainly refer to "physical products that can be transported, but which are also able to transmit artistic, symbolic and aesthetic values of the creative genius of each country". What emerges in the first place is the fact that, despite the rather encouraging results, Italy is not on the podium of positive budgets related to import and export. Our country has been classified seventh in terms of exports and sixth in terms of imports, resulting fourth in the total budget, following United Kingdom, Germany and Poland. Italy exports cultural assets for a total of 1 billion and 773 million euros and imports a total of 354 million euros for 1 billion, boasting a positive balance of +419 million euros, equal to 265 million less than the third place occupied from Poland. The most important sub-sectors of exports are cultural textiles such as tapestries and precious carpets, which reach 24.9%, followed by works of art (23.5%) and books (21.9%).

From an institutional point of view, the cultural heritage sector finds its identification in 1975 with the birth of the Ministry for Cultural and Environmental Heritage, later redefined as Ministry for Cultural Heritage and Activities. In this context, the most important contribution is given by the introduction of the Code of Cultural Heritage and Landscape (2004). Within it, it is illustrated the distinction between protection activities, belonging to the State and mainly carried out by the Ministry, and enhancement, typical of the Regions. Specifically, the Code defines the protection as the complex of "direct activities, based on an adequate cognitive activity, to identify the assets constituting the cultural heritage and to guarantee their protection and

conservation for public use purposes and in the adoption of measures aimed at conforming and regulating rights and behavior inherent to cultural heritage "; on the other hand, the enhancement includes "the exercise of functions and the regulation of activities aimed at promoting knowledge of cultural heritage and ensuring the best conditions for conservation, utilization and public use of heritage". The action adopted by Italy is to carry out the valorization activities in a coordinated way between the Ministry, the Regions and the remaining territorial public bodies, with the State that defines the principles and the Regions that exercise the legislative function. In this context, there are two types of opposing policies: those that refer to conservation and protection (backward-looking) and those related to production (forward-looking). Between the two, Italy has always invested in the former, relegating the latter to a secondary level and without realizing that it represents the keystone to face the contemporary and future challenges.

Analyzing the same period (2014/2016), in 2014 the public expenditure that Italy has allocated to culture was equal to 1.4% of the total, 0.7 percentage points less than the European average (2.1%), taking part to the second to last place in the EU ranking (only Greece was worse).

However, in 2016, for the first time in eight years, the budget allocated to the MiBACT climbed back to 2.1 billion euros, with public resources going back to the pre-crisis condition and giving hope of a progressive recovery.

Nevertheless, the inversion of trends seems to be dampened by the recent news released by the Ministry of Cultural Heritage and Activities, whose General Secretary Panebianco made public the budget addressed to routine maintenance, restoration and management of public sites for the three-years period from 2018 to 2020.

The program allocates 196.5 million euros, where 28.7 are destined to 1048 interventions to be carried out by the end of 2018. This is a decrease compared to the three previous years, when the funds allocated per year were more than 37.3 million euros in 2017, 36.2 million in 2016 and 35.2 in 2015.

Compared to the resources provided by private parties, one of the most significant contributors comes from the banking foundations (1 billion euros), but they have been joined by a new source of patronage that recently pointed out its influence in the Italian panorama: donations from individuals and companies because of the Art bonus' institutions. It introduced a 65% tax credit for donations in favor of culture and the results show, during the three-years period from 2014 to 2016, 5400 patrons who donated more than 170 million euros, translated into the realization of 1183 interventions in favor of archeological sites, museums and lyric-symphonic foundations scattered throughout Italy.

In conclusion, through the analysis carried out by this paper, it has been shown how culture already constitutes an effective opportunity for growth and daily development. However, the three chapters through which this thesis unfolds also highlight how the wealth of Italian cultural and artistic heritage alone is not sufficient to achieve significant income positions and how, at the same time, there is the necessity of the presence of an agglomeration of minds, governmental and otherwise, capable of generating a dynamic development. It is only

through the intersection of institutions, large and small creative companies and private parties that it will be possible to activate a virtuous circle which instils in the system an attitude aimed at an efficient use and a real enhancement of the existing cultural heritage, with a continuous stimulus to the production of new culture.