

# Il settore culturale al tappeto: le opportunità per la ripresa

Categories : [Focus](#)

Tagged as : [Annalisa Cicerchia](#), [Menabò n. 148/2021](#)

Date : 14 Aprile 2021

Il settore culturale, dovunque nel mondo, è stato messo al tappeto dalle misure di contenimento della pandemia, probabilmente più del turismo,

Una pubblicazione di fine febbraio del [New York State Comptroller](#) traccia un quadro grave e dettagliato del crollo dell'economia delle arti, dell'intrattenimento e delle attività ricreative, che nella città di New York, nel 2019, rappresentava la fonte primaria di reddito per 128.400 residenti. Dal 2009 al 2019, l'occupazione nel settore era cresciuta del 42%, 12 punti percentuali in più dell'occupazione privata totale. Anche le imprese e le retribuzioni del settore erano cresciute più velocemente rispetto agli altri comparti. A dicembre 2020, l'occupazione nelle arti, nell'intrattenimento e nelle attività ricreative era diminuita del 66% rispetto a un anno prima, il calo maggiore tra i settori economici della città. Le misure adottate dall'amministrazione cittadina e da quella dello stato per sostenere il reddito degli artisti e dei lavoratori dell'esteso indotto sono state tempestive e cospicue. I prestiti del *Federal Paycheck Protection Program* hanno sostenuto il 62% delle imprese. Interventi così efficaci non sarebbero stati possibili senza una conoscenza talmente approfondita e capillare del comparto da permettere di distinguere perfino la composizione etnica e i quartieri di provenienza dei lavoratori.

In Italia siamo molto lontani da questa conoscenza, anche per la mancanza di un riferimento centrale, di comunicazioni chiare e trasparenti sullo stato di avanzamento dei pochi e modesti ristori e per la confusione prodotta dal desolante mosaico di 21 piccole repubbliche che decidono strategie e politiche per la cultura, ognuna per conto proprio.

Nel nostro Paese, lo scorso anno, cinema e spettacolo dal vivo hanno avuto appena 67 giorni di funzionamento ordinario, 165 giorni di chiusura totale e 133 giorni di riaperture in modalità contingentata. Per musei e biblioteche, il regime è stato un po' meno drastico, con 126 giorni di chiusura totale e 172 di riaperture parziali. La struttura del sottosistema dello spettacolo è molto più fragile di quella del patrimonio culturale e delle biblioteche: maggiore intermittenza e minori garanzie per il lavoro, forte stagionalità, domanda bassa e in calo, prevalenza di imprese piccole e micro con problemi di accesso al credito, scarsissimo sostegno pubblico e forti divari territoriali. Queste criticità erano preesistenti, e la crisi pandemica le ha aggravate in misura spesso letale.

Per gestire l'emergenza e per affrontare alla radice storture di vecchia data, sono indispensabili dati aggiornati, dettagliati e affidabili. L'Istituto Regionale per la programmazione economica della Toscana (IRPET) ha diffuso, il 23 marzo, una [Nota dell'Osservatorio cultura](#), curata da Sabrina Iommi, che traccia un quadro accurato della economia della cultura nella regione, integrando dati amministrativi (SIAE, Sistema Informativo Lavoro della Toscana), con dati derivanti dalle rilevazioni ISTAT, dai sistemi informativi EUROSTAT e da indagini realizzate alla scala regionale dallo stesso IRPET.

I dati SIAE su cinema, teatro, concerti e mostre indicano che in Italia, da marzo a giugno 2020, sono stati cancellati oltre un milione di eventi, che significano 52 milioni di ingressi e 745 milioni di euro di spesa complessiva del pubblico (biglietti, abbonamenti e altre spese) in meno. La caduta della spesa è del 68% rispetto al 2019.

Nella fase di riapertura contingentata (15 giugno-25 ottobre) è stato prodotto solo il 52% delle giornate di spettacolo rispetto al 2019 con introiti comunque inferiori a quelli ottenuti nell'anno precedente nello stesso numero di giornate.

I dati ISTAT mostrano che nel secondo trimestre del 2020, quello del lockdown totale e delle prime parziali riaperture, si è avuta la maggiore caduta dell'occupazione dal 2015: -20%. Ma la caduta nelle attività artistiche e di intrattenimento è stata del 60% e nei servizi turistici ha raggiunto il 70% (IRPET 2021).

Utilizzando i dati completi per il 2020 delle Comunicazioni Obbligatorie di Lavoro relativi alla Toscana, l'IRPET ha stimato l'impatto delle misure di contrasto alla pandemia nei diversi sottosettori culturali. Nel 2020 i contratti stagionali e temporanei attivati per addetti culturali sono stati 900 in meno, cioè -5,8% rispetto al 2019. Il più colpito è lo spettacolo (-9,8%), seguito dai musei (-2,3%) e dai servizi bibliotecari (-1,5%).

La Nota dell'IRPET indica tre grandi ambiti di innovazione su cui puntare per la ripartenza: lo sviluppo del digitale, la cooperazione territoriale tra i diversi luoghi e l'accrescimento del consumo dei residenti, che richiedono un'ampia gamma di politiche di sostegno alla domanda.

Per quanto riguarda l'accelerazione delle competenze e delle dotazioni digitali, nel 2019, secondo [l'ISTAT](#), solo il 63% dei musei aveva un sito web, con profonde differenze fra realtà grandi e piccole (la totalità di quelle con oltre 500mila visitatori annui, poco più della metà di quelle con meno di 5mila), e per localizzazione geografica (circa il 70% delle strutture nell'Italia settentrionale e il 50% in quella meridionale). La Toscana, con il 72,9% è allineata al dato più alto, ma presenta ancora ampi margini di crescita, specialmente per le strutture più piccole e remote. I servizi resi disponibili online sono ancora pochi e si limitano alla divulgazione di semplici informazioni (generaliste o sugli eventi). Solo una minoranza di musei offre servizi interattivi, come la prenotazione e l'acquisto di biglietti (37% in Toscana, 40% in Italia), la consultazione di cataloghi digitali (31% in Toscana, 33% in Italia), la visita di mostre o tour virtuali (24% in Toscana, 27% in Italia). Soprattutto, nel 2019 era davvero poco diffusa la cultura del digitale come dimensione essenziale della produzione e della comunicazione dei musei. La *digitalizzazione* veniva infatti orientata a motivi gestionali (63%) e di accessibilità alle informazioni sui beni e le collezioni possedute (48%), mentre le percentuali di chi l'associava alla possibilità di utilizzare le collezioni digitali a scopo didattico (7%) e per finalità ludico-ricreative, come virtual museum, applicazioni per videogiochi, ecc. (1%) sono risibili.

Per quanto riguarda la seconda area di innovazione, quella della cooperazione territoriale, i fenomeni di *overtourism* e di pressione insostenibile su Firenze e, in misura minore, su Siena e altri centri toscani, ha indotto già prima dell'emergenza sanitaria a rivedere le strategie, ridistribuendo i flussi turistici verso luoghi poco valorizzati e avvicinando l'offerta culturale ai residenti. "L'obiettivo è dunque quello di creare un sistema regionale policentrico di offerta culturale, più sostenibile e più vicino ai cittadini" (IRPET 2021).

Infine, il sostegno alla domanda rappresenta l'area di innovazione più profonda e necessaria, anche se è quella con i ritorni più lontani nel tempo: "dalla richiesta di riconoscimento dei Livelli Essenziali delle prestazioni culturali, sul modello di quelle socio-sanitarie, a quella di attività culturali integrate nel sistema di istruzione e di long-life learning, come pure di intense campagne di sensibilizzazione e di interventi di defiscalizzazione dei consumi culturali".

I dati indicano la necessità di dare vita a progetti specificamente mirati alla popolazione ultra-sessantenne, che, come nel resto del Paese, soffre di una vera e propria esclusione culturale. Su questo segmento di popolazione, molto numeroso (in Toscana si tratta di 1,2 milioni di persone, un terzo del totale), agiscono importanti barriere, sia cognitive (basso titolo di studio, scarsa abitudine al consumo culturale), sia di accessibilità fisica ai luoghi dell'offerta culturale, dovute alla residenza in aree decentrate e mal collegate,

cui si aggiungono rilevanti difficoltà a muoversi in modo autonomo e una minore dimestichezza con le nuove tecnologie digitali.

L'indagine diretta svolta dall'IRPET sulla Toscana nel 2018 (Osservatorio Regionale della Cultura 1/2020), ha messo in luce come per la popolazione più anziana il principale ostacolo alla partecipazione culturale sia la mancanza di servizi di trasporto. Anche per abbattere questa barriera e raggiungere l'indispensabile allargamento della platea dei consumatori di cultura locali che sola può dare sostenibilità a lavoratori e imprese del settore culturale in sofferenza, saranno quindi opportuni il potenziamento dell'offerta dei trasporti mirati, e "l'utilizzo delle numerose piccole strutture presenti in modo capillare sul territorio (biblioteche, musei, teatri) quali centri di animazione culturale e sociale, finalizzati ad incentivare la qualità del tempo libero e rispondere a bisogni di socialità e benessere". Questo significa che occorre mettere mano in modo strutturale a una politica di servizio culturale essenziale in tutto il territorio nazionale.

Il [PNRR](#) potrebbe essere la sede programmatica ideale per realizzare questo disegno di rafforzamento della domanda e del consumo culturale di prossimità. Nel documento, il tema è infatti accennato, sebbene in posizione secondaria e marginale rispetto a quello dell'attrattività turistica. I tre obiettivi della Missione Turismo e Cultura (l'ordine tradisce la priorità accordata alle finalità turistiche), che vale 8 miliardi di euro, sono infatti:

- 1) Cultural Heritage Next Generation: aumentare l'attrattività dei siti culturali strategici, con un focus sul patrimonio culturale unico di Roma, rendendoli accessibili sia digitalmente che fisicamente (anche rimuovendo barriere fisiche e cognitive), e massimizzando il loro contributo al Green Deal europeo;
- 2) Siti minori, aree rurali e periferie: promuovere la rigenerazione guidata dalla cultura e il turismo sostenibile nelle aree remote e rurali così come nelle periferie urbane, comprese le misure per la sicurezza sismica e il restauro dei luoghi di culto;
- 3) Turismo e Cultura 4.0.: riqualificare e preparare gli operatori culturali e turistici per il futuro al fine di migliorare la qualità dei servizi turistici.

Nel secondo obiettivo potrebbero trovare spazio – almeno per i territori remoti e periferici – strategie per il sostegno della domanda e la riqualificazione dell'offerta culturale. Anche qui, il tema del turismo è prevalente, ma uno dei risultati attesi, il terzo, individua come beneficiari primari le comunità locali. Gli impatti previsti sono infatti:

- Attrattività delle piccole città storiche;
- Protezione e valorizzazione dell'architettura rurale;
- Programmi di valorizzazione dell'identità dei luoghi, parchi e giardini storici, rigenerazione partecipativa delle periferie urbane.

Nelle periferie urbane il PNRR propone di sostenere la creazione e il rafforzamento dell'offerta di attività culturali e creative con progetti rivolti a luoghi della cultura (musei, archivi, aree archeologiche), scuole per la realizzazione di attività extradidattiche, biblioteche e centri culturali e di finanziare progetti volti a rendere queste strutture hub per attività culturali e creative innovative, anche con interventi di riqualificazione del patrimonio immobiliare pubblico degradato o dismesso.

L'approccio è fortemente patrimonio-centrico. Non ci sono vere e proprie strategie di sostegno alla domanda culturale o di contrasto all'esclusione, ma solo iniziative – comunque lodevoli – volte a promuovere l'accessibilità di siti e istituzioni. Nella situazione di grande povertà culturale in cui versano più di due terzi della popolazione residente – per l'Istat la percentuale di persone che nel 2019 avevano

preso parte a 4 attività culturali di base in 12 mesi era appena il 30,8 – è decisamente troppo poco.