



IRPET Istituto Regionale
Programmazione
Economica
della Toscana

L'ACCESSIBILITÀ AI SERVIZI CULTURALI IN TOSCANA

Prime evidenze

Sabrina Iommi e Donatella Marinari

Firenze, Dicembre 2017

RICONOSCIMENTI

La presente nota, da leggersi come preparazione alle slide presentate al convegno LuBeC 2017, è stata commissionata all'IRPET dalla Direzione Cultura e Ricerca di Regione Toscana.

Indice

1.	Premessa	5
2.	Le determinanti dei consumi culturali: evidenze a scala europea e nazionale	5
3.	I consumi culturali a scala regionale	6
4.	La consistenza dell'offerta di alcuni servizi in Toscana	8
5.	La distribuzione territoriale dell'offerta toscana	9
6.	La gerarchia territoriale dell'offerta regionale	12
7.	Caratteristiche socio-economiche ed offerta culturale	14
8.	Conclusioni	15
9.	Bibliografia	16

1. Premessa

Le elaborazioni che vengono presentate di seguito rappresentano una prima analisi esplorativa sulla distribuzione territoriale in Toscana dell'offerta e della domanda di alcuni servizi culturali, ritenuti più significativi.

In particolare, sono stati presi in esame:

- Biblioteche
- Teatri
- Cinema
- Musei, monumenti e siti archeologici

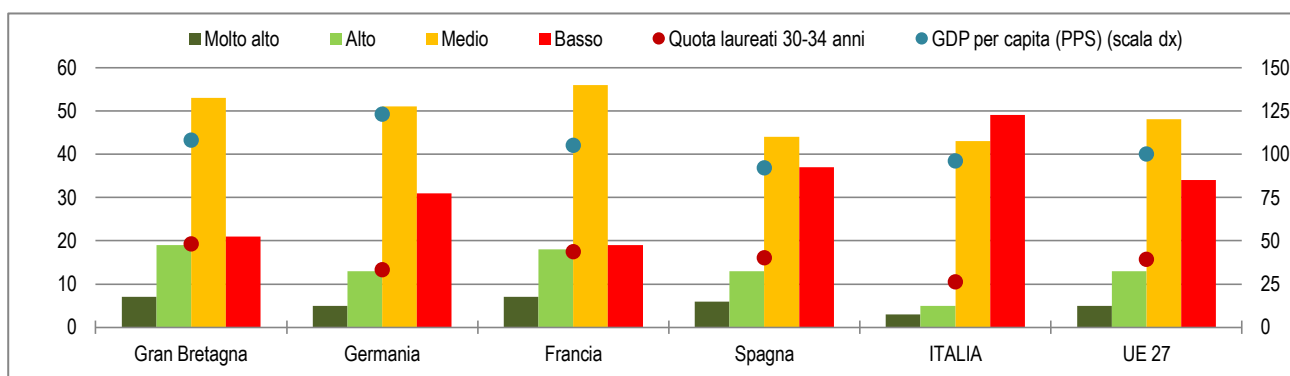
Ai dati forniti da Regione Toscana si sono affiancate alcune statistiche di settore e una prima rassegna della bibliografia.

2. Le determinanti dei consumi culturali: evidenze a scala europea e nazionale

Da una recente indagine condotta a scala europea (EC, 2013) si ricava che:

- La forma più comune di consumo culturale è rappresentata dalla fruizione di un programma culturale su TV o radio (il 72% degli europei lo ha fatto almeno una volta negli ultimi 12 mesi), seguita dalla lettura di libri (68%); la meno diffusa è andare a vedere un balletto o un'opera (18%).
- Rispetto all'indagine precedente (2007) c'è stato un declino della partecipazione culturale, da imputarsi alla crisi economica;
- Livelli più alti di consumo distinguono i paesi nord-europei da quelli meridionali e orientali. L'Italia è fra i paesi sviluppati a più basso consumo;
- I fattori socio-economici che determinano maggiori livelli di partecipazione culturale sono, nell'ordine, istruzione, occupazione, reddito, età.
- La mancanza di interesse e la mancanza di tempo sono le due principali motivazioni del non-consumo, mentre i costi troppo alti emergono solo nei paesi a più forte crisi economica (Romania, Bulgaria, Ungheria; Grecia, Portogallo, Spagna) e la mancanza di un'offerta adeguata solo in Romania. Spesso la mancanza di tempo è spesso utilizzata per "giustificare" la mancanza di interesse di fronte all'intervistatore (e al suo implicito giudizio morale negativo).

Grafico 1
INDICE DI CONSUMO CULTURALE. 2013 (COMP.%)



Fonte: EC, 2013

Tabella 2

% di PERSONE CHE HA SVOLTO L'ATTIVITA' ALMENO UNA VOLTA NEGLI ULTIMI 12 MESI

	Seguire un programma culturale su TV o radio	Leggere un libro	Andare al cinema	Visitare un monumento	Visitare un museo	Assistere a un concerto	Visitare una biblioteca	Assistere a uno spettacolo teatrale	Assistere a un balletto o opera
Gran Bretagna	77	80	61	65	52	37	47	39	22
Germania	74	79	54	63	44	45	23	30	19
Francia	85	73	63	54	39	33	33	21	25
Spagna	74	60	49	48	29	31	33	21	15
ITALIA	60	56	53	41	30	26	24	24	17
UE 27	72	68	52	52	37	35	31	28	18

(in arancio scarto di +10 punti dalla media UE, in celeste scarto di -10 punti)

Fonte: EC, 2013

Tabella 3

ITALIA. % DI PERSONE CHE HA SVOLTO L'ATTIVITA' ALMENO UNA VOLTA NEGLI ULTIMI 12 MESI.

Totale e per titolo di studio

	Totale	Titolo di studio			
		Basso	Medio	Alto	Alto/basso
Lettura libri	54	34	64	85	2,5
Cinema	51	35	61	74	2,1
Spettacolo dal vivo	44	29	51	67	2,3
Visita sito culturale	45	27	52	74	2,7

Fonte: Eurostat, 2011

Tabella 4

ITALIA. % DI PERSONE PER MOTIVO DEL MANCATO CONSUMO CULTURALE

	Mancanza di interesse	Mancanza di tempo	Troppo costoso	Offerta locale inadeguata	Mancanza informazioni	Altro	Non so
Programma TV radio	32	29	7	8	7	12	5
Lettura libri	31	41	8	3	2	11	4
Biblioteca	46	26	8	7	3	7	3
Cinema	27	31	21	8	2	7	4
Balletto, opera	55	18	14	6	3	3	1
Teatro	41	19	26	6	3	4	1
Concerto	40	17	26	8	3	4	2
Museo	35	31	15	8	2	7	2
Visita sito culturale	32	33	14	8	2	8	3
TOTALE (media)	38	27	15	7	3	7	3

Fonte: EC, 2013

3. I consumi culturali a scala regionale

Anche a scala regionale, sono disponibili alcuni dati provenienti da indagini campionarie. Concentrando l'attenzione sul fenomeno del mancato consumo:

- si tratta di un livello complessivamente alto per un paese a sviluppo avanzato;
- le quote più alte di non consumo si registrano per le attività che di solito richiedono un *background* intellettuale più elevato, come musica classica, opera e teatro, mentre la quota più bassa si registra per il cinema;
- dal punto di vista territoriale, il mancato consumo è debolmente più contenuto nelle regioni più ricche (Centro-Nord); la Toscana è allineata con i valori del Centro-Nord; i comuni a più elevato sviluppo urbano hanno livelli di mancato consumo più bassi;
- tra le motivazioni del mancato consumo, il costo troppo elevato e la mancanza di un'offerta adeguata sono decisamente minoritarie.

Tabella 5

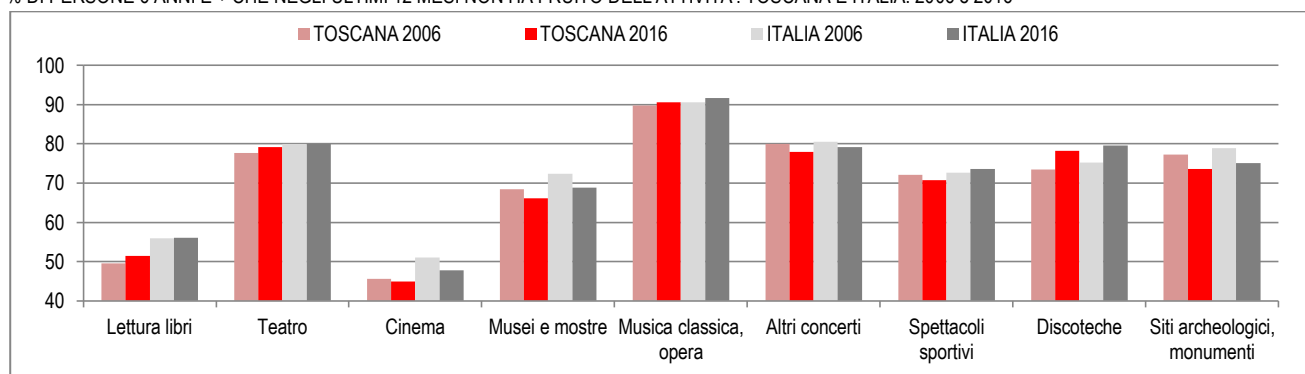
% DI PERSONE 6 ANNI E + CHE NEGLI ULTIMI 12 MESI NON HA FRUITO DELL'ATTIVITA'. PER TERRITORIO E TIPO COMUNE. 2016

	Letture libri	Teatro	Cinema	Musei e mostre	Concerti di musica classica, opera	Altri concerti di musica	Spettacoli sportivi	Discoteche, balere	Siti archeologici e monumenti
PARTIZIONI GEOGRAFICHE									
ITALIA	56,1	80,0	47,8	68,9	91,7	79,2	73,6	79,5	75,1
Nord-Ovest	51,7	78,2	48,0	61,4	90,6	79,0	73,5	79,6	71,7
Nord-Est	47,1	78,8	47,3	62,8	90,4	76,6	71,3	77,2	72,1
Centro	54,6	76,5	42,5	67,1	90,5	77,5	72,1	78,2	72,1
Sud	66,4	84,9	49,9	79,4	93,9	81,5	75,5	82,5	81,7
Isole	62,9	81,9	52,9	78,0	93,8	82,1	76,6	79,0	79,8
ALCUNE REGIONI									
TOSCANA	51,5	79,1	45,0	66,1	90,5	77,9	70,8	78,2	73,6
Lombardia	52,1	77,0	47,9	60,0	90,3	78,4	73,2	79,5	70,5
Trentino Alto Adige	36,7	68,6	51,9	54,8	86,3	69,2	60,8	71,9	69,3
Veneto	51,3	81,3	48,5	63,8	90,8	78,2	72,4	77,8	72,1
Emilia-Romagna	47,1	79,4	44,9	64,8	91,4	77,0	72,5	76,9	73,9
Umbria	58,7	80,5	51,1	69,3	92,3	80,1	72,3	75,8	73,1
Marche	53,4	78,3	44,8	68,2	89,8	79,0	71,2	76,0	75,0
Lazio	56,3	73,7	39,0	67,1	90,3	76,5	73,1	79,1	70,3
Campania	68,3	83,8	49,5	78,1	94,1	83,8	75,9	83,1	79,8
Sicilia	69,4	80,8	51,3	80,3	94,1	83,1	78,7	77,7	83,2
TIPO DI COMUNE									
Centro area metropolitana	54,1	69,3	40,2	58,2	88,1	76,0	75,2	78,8	66,9
Periferia area metropolitana	60,8	78,3	42,4	67,0	92,5	80,7	74,1	79,6	72,9
Fino a 2.000 ab.	57,5	87,5	60,3	76,3	93,7	82,2	76,3	81,3	81,3
2.001 - 10.000 ab.	55,8	84,0	52,9	72,4	92,7	79,4	72,7	80,1	77,5
10.001 - 50.000 ab.	56,8	82,1	48,3	71,9	92,7	79,5	72,3	79,0	77,3
50.001 ab. e più	53,1	79,3	46,7	67,5	90,4	79,1	74,3	79,5	75,2

Fonte: Istat, Multiscopo, Aspetti della vita quotidiana

Grafico 6

% DI PERSONE 6 ANNI E + CHE NEGLI ULTIMI 12 MESI NON HA FRUITO DELL'ATTIVITA'. TOSCANA E ITALIA. 2006 e 2016



Fonte: Istat, Multiscopo, Aspetti della vita quotidiana

Tabella 7

% DI PERSONE PER MOTIVO DEL MANCATO CONSUMO CULTURALE IN ALCUNE REGIONI

	Cinema				Spettacolo dal vivo				Musei siti culturali			
	Non interessa	Troppo costoso	Scarsa offerta	Altro (tempo, info)	Non interessa	Troppo costoso	Scarsa offerta	Altro (tempo, info)	Non interessa	Troppo costoso	Scarsa offerta	Altro (tempo, info)
TOSCANA	19,9	8,9	1,4	30,0	25,4	10,5	2,2	37,6	24,4	10,0	2,0	38,6
Lombardia	22,4	10,9	2,1	23,0	26,8	11,6	2,1	30,7	24,9	10,1	1,4	30,1
Veneto	29,8	7,5	1,6	22,9	38,7	6,8	2,5	26,8	34,1	7,1	2,6	28,6
Emilia-Romagna	21,4	9,8	2,2	25,4	26,6	10,6	3,1	29,0	25,1	8,5	3,1	29,9

Fonte: EU-SILC 2015

4. La consistenza dell'offerta di alcuni servizi in Toscana

Come già dichiarato in premessa l'analisi sui dati forniti da Regione Toscana ha preso in considerazione 4 diversi servizi culturali, che hanno ragionevolmente bacini di utenza e modalità di consumo molto diverse.

Nelle tabelle successive se ne riportano le principali caratteristiche aggregate a scala regionale.

Tabella 8

TOSCANA. DOTAZIONE DI BIBLIOTECHE

BIBLIOTECHE	
Numero biblioteche complessive aperte (anagrafe regionale)	979
di cui civiche/comunali	228
BIBLIOTECHE CIVICHE/COMUNALI	
Dotazione Totale	8.539.839
Dotazione ammessa al prestito	5.933.538
Prestiti Totali	2.496.602
PIB Passivi Totali	165.608
Prestiti Locali	2.330.994
PIB Attivi Totali	162.422
Iscritti Attivi	312.358

Fonte: elaborazione su dati RT

Tabella 9

TOSCANA. DOTAZIONE DI LUOGHI DI SPETTACOLO

	Posti disponibili			Numero esercizi		
	Apertura continuativa	Apertura occasionale	Totale	Apertura continuativa	Apertura occasionale	Totale
Teatro	44.110	10.187	54.297	108	56	164
Teatro arena	17.632	5.100	22.732	9	6	15
Teatro tenda	3.040	200	3.240	3	1	4
Cinema-teatro	18.716	1.488	20.204	50	7	57
Sala cinematografica	21.661	1.070	22.731	63	5	68
Multisala cinematografica	40.423		40.423	39		39
Cinema arena	11.325	924	12.249	27	5	32
Complesso multifunzionale	3.951	614	4.565	6	1	7
Sala polifunzionale	1.995	885	2.880	11	5	16
Auditorium	1.450	620	2.070	4	3	7
Sala concerto	650	942	1.592	2	3	5
Altri spazi (es. capannoni)	2.968	1.305	4.273	7	4	11
Totale	167.921	23.335	191.256	327	96	425

Fonte: elaborazione su dati RT

Tabella 10

TOSCANA. DOTAZIONE DI MUSEI, MONUMENTI, SITI ARCHEOLOGICI

	Strutture	Visitatori
Monumento o complesso monumentale	112	12.314.243
Museo	534	10.985.864
Centri scientifici-culturali	27	385.595
Siti archeologici	35	285.874
Centro espositivo	15	233.769
Ecomusei	23	23.769
Totale	746	24.229.114

Fonte: elaborazione su dati RT

Si segnala, inoltre, che tra i servizi culturali più presenti figurano anche 132 Società Filarmoniche (bande musicali). Non è stato possibile per il momento reperire il dato relativo alla presenza di scuole di musica.

5. La distribuzione territoriale dell'offerta toscana

I servizi presi in esame, rispondendo anche a bacini di domanda diversi (un'utenza a dominanza locale per le biblioteche, un'utenza proveniente anche dall'estero per i grandi musei), mostrano una distribuzione territoriale differenziata. In generale, tuttavia, il tratto che emerge con più evidenza è quello di una elevata diffusione territoriale. Sono molto pochi i territori privi di un livello minimo di offerta. Ovviamente, tuttavia, le eccellenze culturali (i musei e le aree monumentali di fama internazionale) sono concentrate solo in pochi luoghi.

In tabella 11 si mostra che il 95% della popolazione toscana risiede in un comune dotato di almeno una biblioteca, l'89% in un comune dotato di almeno un museo, il 76% in un comune con almeno un teatro e 71% in un comune con almeno 1 cinema. Le aree più marginali e periferiche sono quelle relativamente meno dotate (ma anche le meno popolate). Il cinema, che fra tutti i servizi analizzati è quello che risponde maggiormente a logiche di mercato, è quello meno diffuso sul territorio.

Il 71% dei toscani abita in un comune che offre biblioteca, teatro e museo (tabella 12), il 65% in un comune che offre tutti i servizi culturali analizzati, che può pertanto essere considerato un polo di offerta culturale.

Tabella 11

TOSCANA. POPOLAZIONE PER PRESENZA/ASSENZA DI SERVIZIO CULTURALE NEL COMUNE E TIPO DI TERRITORIO*

	DOTAZIONE DI SERVIZI				Popolazione complessiva	Composizione % popolazione complessiva
	Popolazione con biblioteca nel comune	Popolazione con museo nel comune	Popolazione con teatro nel comune	Popolazione con cinema nel comune		
Polo urbano	100,0%	100,0%	100,0%	98,1%	1.685.424	44,9%
Cintura di polo urbano	97,8%	81,8%	61,5%	48,6%	967.297	25,8%
Area interna intermedia	88,8%	76,8%	52,3%	50,9%	726.943	19,4%
Area interna periferica	81,8%	86,8%	55,8%	46,0%	299.973	8,0%
Area interna ultraperiferica	51,3%	69,3%	35,4%	34,5%	73.017	1,9%
TOTALE	94,9%	89,2%	76,0%	70,8%	3.752.654	100%

* la classificazione dei comuni è quella per poli/aree interne, basata su classi di distanza rispetto a poli di erogazione di servizi di istruzione superiore, di sanità ospedaliera e di trasporto ferroviario.

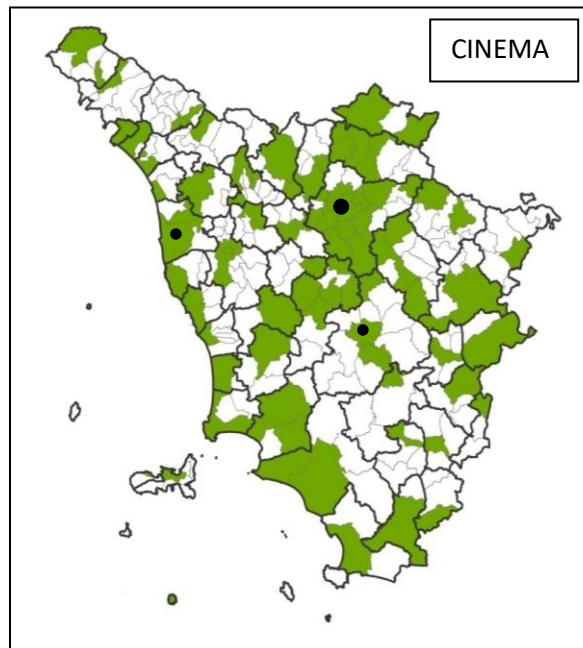
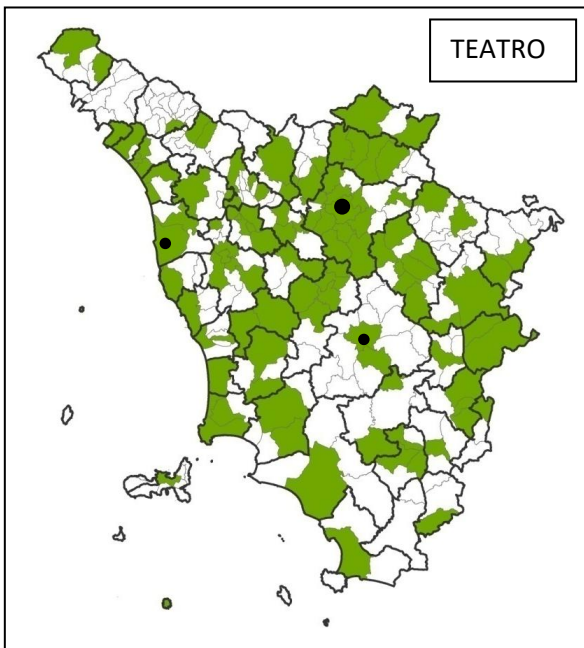
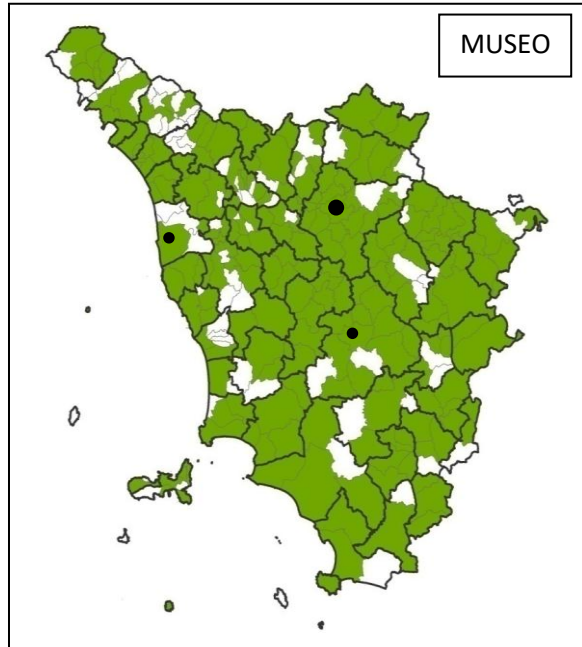
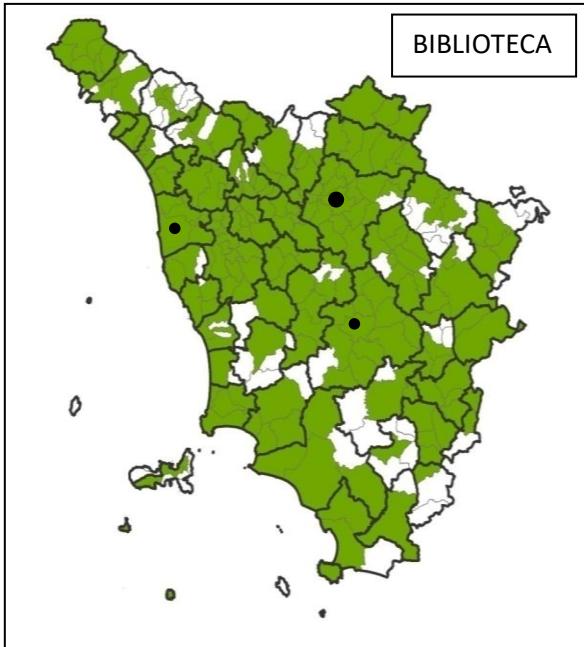
Fonte: elaborazione su dati RT

Tabella 12

TOSCANA. POPOLAZIONE PER PRESENZA/ASSENZA DI UNA COMBINAZIONE DI SERVIZI CULTURALI NEL COMUNE E TIPO DI TERRITORIO*

	Popolazione con sia biblioteca sia museo nel comune	Popolazione con sia biblioteca sia teatro nel comune	Popolazione con sia biblioteca, teatro e museo nel comune	Popolazione con biblioteca, teatro, museo e cinema nel comune (Polo di offerta culturale)
Polo urbano	100,0%	100,0%	100,0%	98,1%
Cintura di polo urbano	80,5%	61,1%	53,0%	41,1%
Area interna intermedia	67,8%	51,6%	43,3%	34,2%
Area interna periferica	75,3%	51,4%	49,4%	38,9%
Area interna ultraperiferica	38,9%	25,4%	25,4%	25,4%
TOTALE	85,6%	75,2%	71,4%	64,9%

Fonte: elaborazione su dati RT

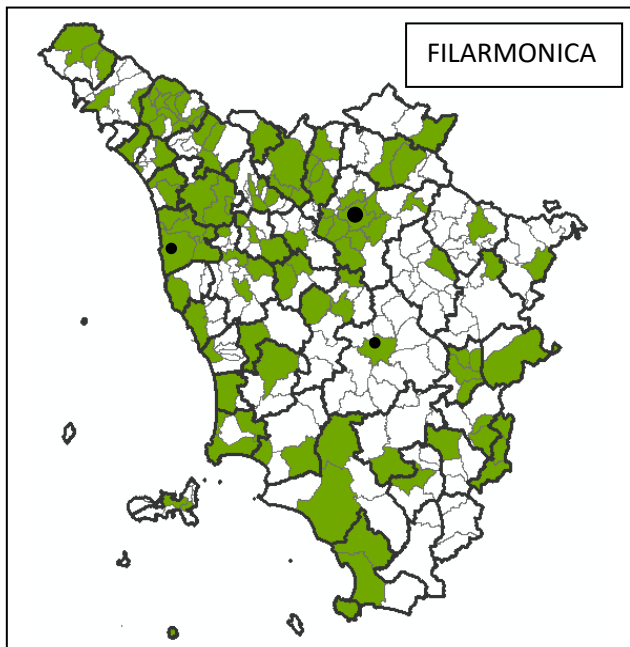


Fonte: elaborazione su dati RT

Per conoscenza, si fornisce anche la carta con la distribuzione territoriale delle società filarmoniche.

Carta 17

COMUNI PER PRESENZA/ASSENZA DI SOCIETA' FILARMONICA (PRESENZA IN VERDE, ASSENZA IN BIANCO)

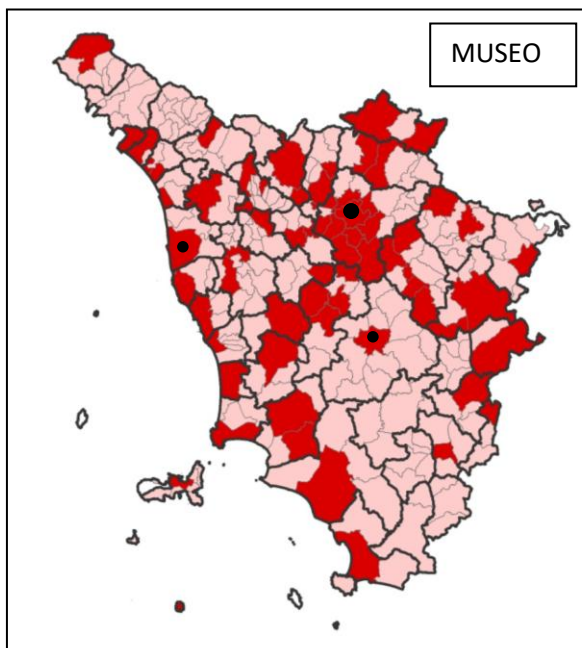
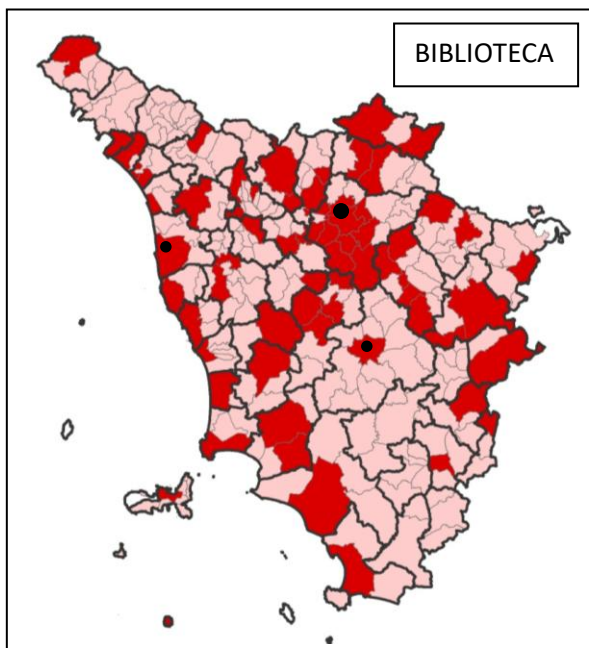


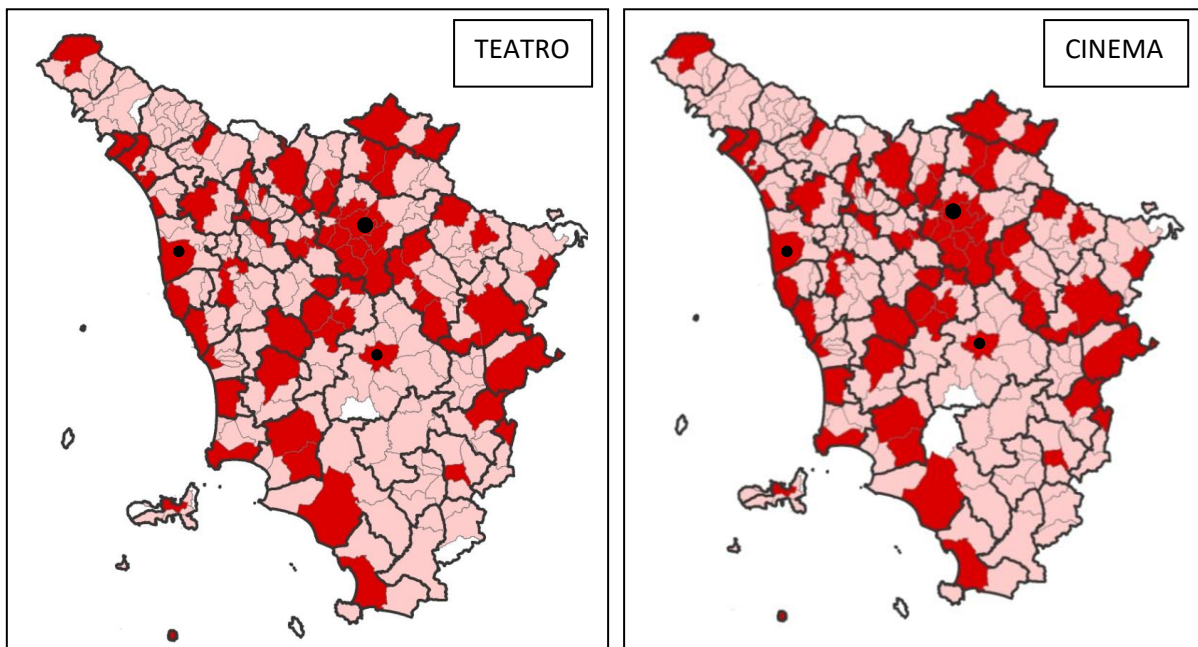
Fonte: elaborazione su dati RT

Si deve mettere in evidenza, inoltre, che anche comuni eventualmente non dotati di alcuni servizi, possono trovarli nel territorio compreso in 30' di viaggio.

Carte 18-19-20-21

COMUNI "POLO CULTURALE" (in rosso), CHE RAGGIUNGONO IL SERVIZIO IN 30' (in rosa), CHE NON LO RAGGIUNGONO (in bianco)





Fonte: elaborazione su dati RT

6. La gerarchia territoriale dell'offerta regionale

Sebbene i servizi risultino molto diffusi sul territorio, tra loro esiste una gerarchia di rilevanza locale o sovralocale che può essere approssimata con il volume di attività svolto.

Nello specifico, per ogni comune si è costruito un indice sintetico di dotazione che tiene conto di:

- a) Numero biblioteche aperte al pubblico comunali e non,
- b) Ore settimanali di apertura delle biblioteche comunali,
- c) Numero di strutture per lo spettacolo dal vivo,
- d) Numero di posti in strutture per lo spettacolo dal vivo,
- e) % di strutture per lo spettacolo dal vivo ad apertura continuativa,
- f) Numero di tipologie di spettacolo offerte sulle 11 possibili,
- g) Numero di musei,
- h) Numero di musei con 30mila visitatori e più

Gli indicatori elementari sono stati standardizzati, mentre quello sintetico è costruito secondo la metodologia Mazziotta-Pareto (l'indice penalizza i territori con valori molto disomogenei degli indicatori elementari considerati). Le componenti dell'indice sintetico sono assunte tutte con lo stesso peso.

Si individuano in questo modo 68 Comuni (su 276) con ruolo di polo culturale. Questi vengono poi suddivisi in 4 livelli gerarchici, come rappresentato in Tabella 22.

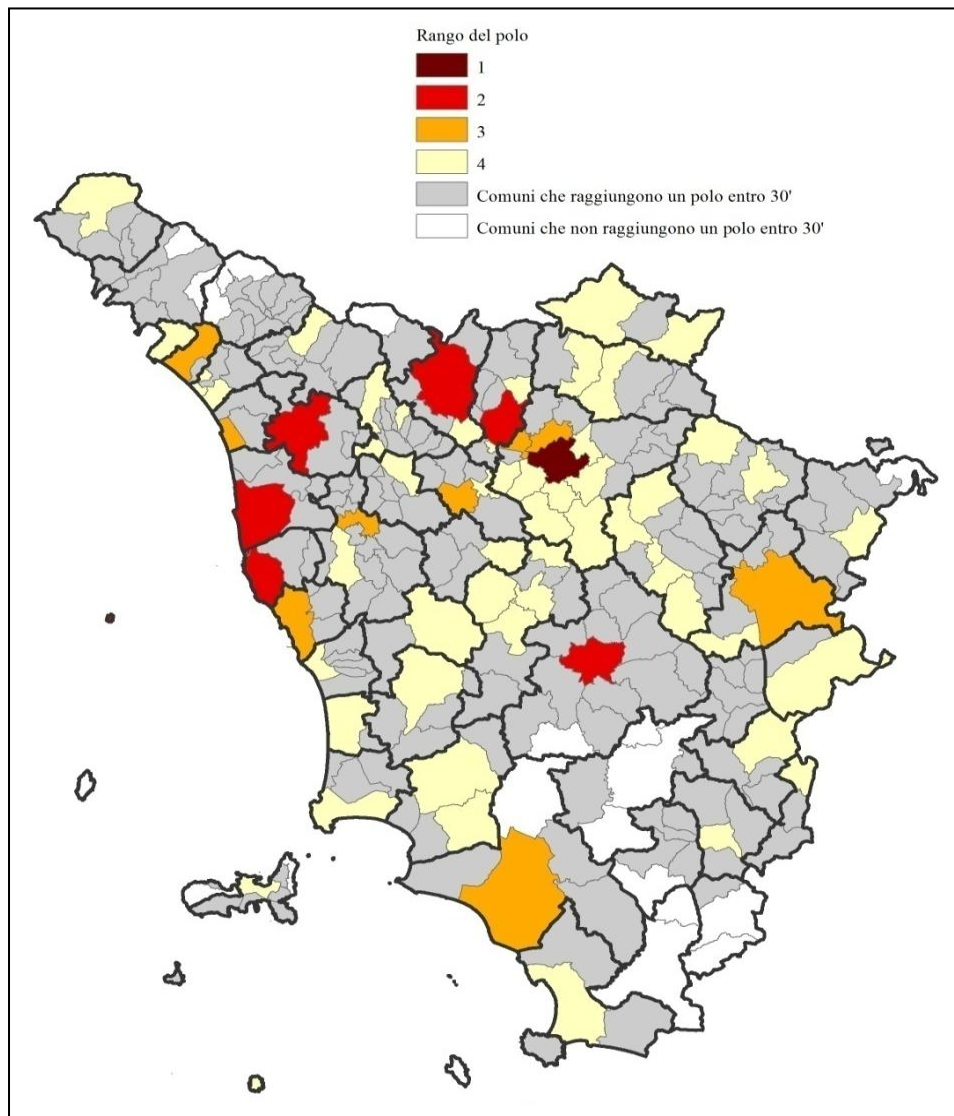
Tabella 22

COMUNI "POLO DI OFFERTA CULTURALE" PER RANGO

Rango	Nr. Comuni	Nome Comuni
1	1	Firenze
2	6	Pisa, Siena, Livorno, Lucca, Prato, Pistoia
3	9	Viareggio, Arezzo, Grosseto, Pontedera, Empoli, Rosignano, Massa, Sesto F.no, Campi Bisenzio
4	52	...

Carta 23

COMUNI "POLO DI OFFERTA CULTURALE" PER RANGO E ALTRI COMUNI PER ACCESSIBILITA' AI POLI CULTURALI



Fonte: elaborazione su dati RT

Anche tenendo conto del grado di importanza dell'offerta culturale (un criterio dunque più selettivo), i Comuni che non hanno accesso entro 30' di viaggio a un polo di offerta culturale (di qualsiasi livello) sono estremamente rari. Essi si trovano nelle aree appenniniche più remote e nella Toscana meridionale interna. Si tratta in ogni caso di aree a basso popolamento. Inoltre, la distribuzione dei poli, anche di livello medio-alto appare piuttosto diffusa.

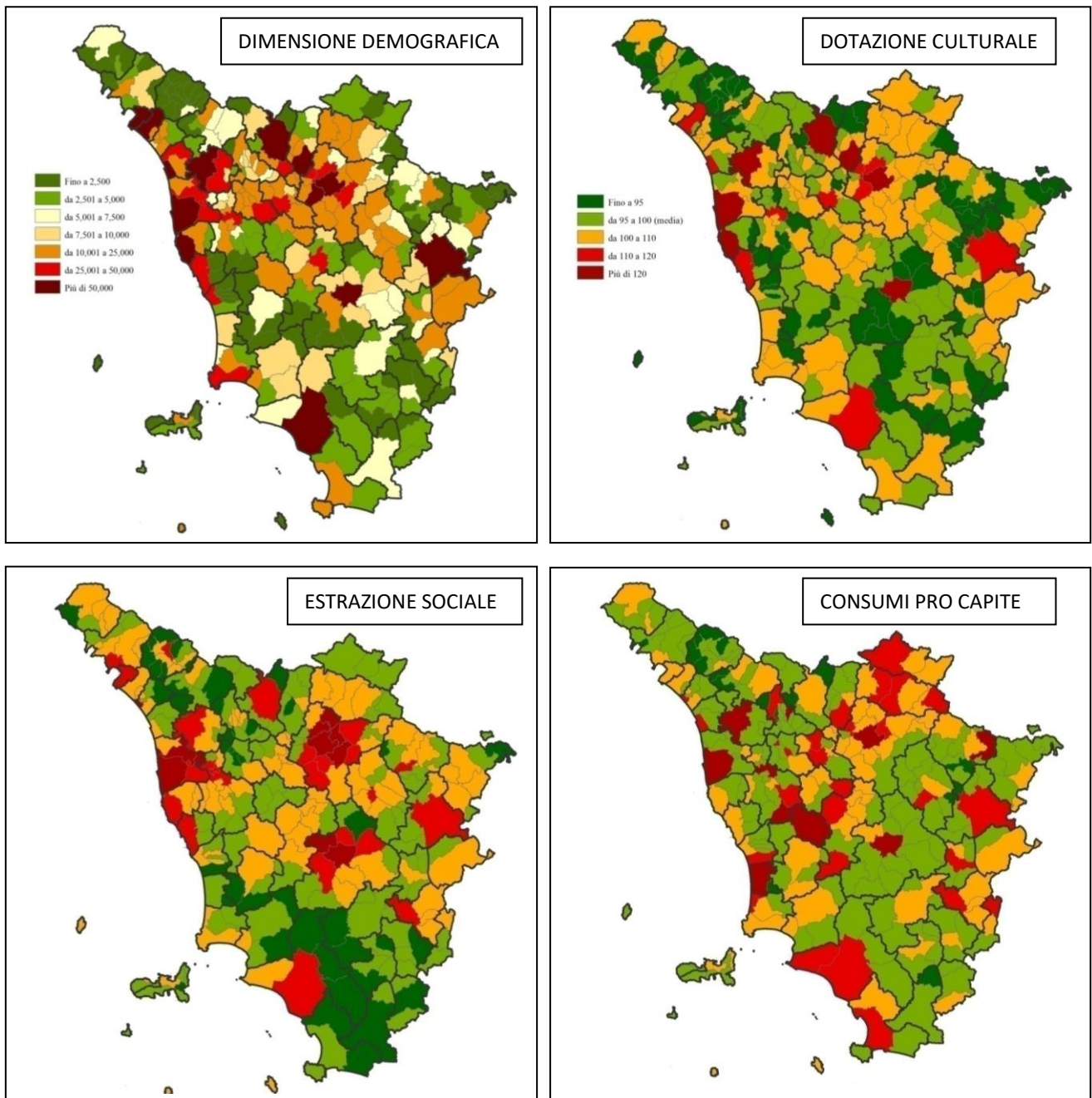
7. Caratteristiche socio-economiche e offerta culturale

L'offerta culturale toscana appare diffusa sul territorio e guidata dalle modalità insediative, ovvero l'offerta è maggiore in corrispondenza dei territori più popolosi e delle principali città.

Sempre negli stessi luoghi risiede la popolazione con le caratteristiche socio-economiche ("estrazione sociale") di solito associate a maggiori livelli di consumo culturale (livelli di istruzione, posizioni nelle professioni e livelli di reddito più elevati). I bassi consumi pro-capite delle corone urbane, infine, evidenziano il legame di queste ultime con il polo di riferimento. Non c'è pertanto un problema di deprivazione.

Carte 24, 25, 26 e 27

COMUNI PER CARATTERISTICHE DEMOGRAFICHE E SOCIO-ECONOMICHE



Fonte: elaborazione su dati RT

8. Conclusioni

Come individuato dagli studi classici di Bourdieu (1987) e confermato da alcune recenti ricerche (Falk e Katz-Gerro 2016), la partecipazione culturale risulta essere determinata in maniera rilevante da fattori quali l'istruzione, il reddito e la posizione lavorativa. In particolare, è il capitale umano (quindi il titolo di studio raggiunto e il conseguente stile di vita) la variabile in grado di esercitare l'influsso più determinante sulla capacità di accesso alla cultura. I fattori citati spiegano il livello di consumo culturale in tutti i paesi europei, anche se hanno effetti minori nei paesi con una politica culturale generosa.

Inoltre, altri studi ormai "storici" (Stigler e Becker, 1977) hanno evidenziato come il volume del consumo culturale presente sia in gran parte spiegato da quello passato, quindi da un'educazione del gusto (un'abitudine al consumo) da attivare in anni precoci affinché possa avere effetti maggiormente espansivi (Sacco e Trimarchi, 2003).

Le brevi indicazioni fin qui riportate sono coerenti con il quadro che emerge da indagini a diversa scala territoriale sulle ragioni del mancato consumo, tra le quali le due motivazioni più frequentemente citate sono: la mancanza di interesse e la mancanza di tempo (motivazione quest'ultima, che spesso nasconde in realtà una mancanza di interesse che l'intervistato non vuol dichiarare).

Tra le varie barriere all'accesso al consumo culturale riconosciute in letteratura, distanza fisica o carenza di offerta, costo eccessivo, o inadeguatezza del livello culturale dell'utente potenziale, l'ultima sembra dunque essere la più importante, su cui dovrebbero agire le politiche di settore.

I dati forniti da Regione Toscana confermano il quadro descritto. L'offerta culturale in Toscana, almeno per quanto riguarda i servizi analizzati, appare infatti piuttosto diffusa sul territorio, anche se è ben leggibile una gerarchia territoriale (l'offerta delle principali città, a partire da Firenze, è di rango superiore).

L'accessibilità fisica ai luoghi dell'offerta non emerge dunque come particolarmente problematica; solo pochissimi Comuni, che sono tra l'altro i meno popolosi si trovano a distanza superiore a 30' da veri e propri "poli" di offerta culturale.

Per quanto riguarda l'accessibilità oraria, i dati disponibili consentono di evidenziare una maggiore incidenza nella Toscana meridionale (l'area meno popolosa) di orari di apertura più brevi per le biblioteche comunali e di luoghi di spettacolo funzionanti non in modo continuativo. Non è possibile chiarire, con i dati disponibili, se sia la minore pressione della domanda a influenzare un'offerta temporalmente ridotta o viceversa.

Per quanto riguarda, infine, l'accessibilità economica, i dati forniti da Regione Toscana non contengono informazioni in proposito. Tuttavia, incrociando i dati provenienti dalle statistiche culturali a varia scala territoriale con alcuni esempi concreti, se ne ricava che il prezzo non è l'ostacolo principale. Si guardi ad esempio al fatto che la lettura di libri, pur essendo tra i consumi culturali meno costosi (vista la capillarità delle biblioteche comunali), è comunque scarsamente praticata. Di contro, il cinema, che ha costi paragonabili se non superiori a quelli della visita a un museo di rilievo internazionale¹, è tra i consumi culturali più diffusi. La barriera al consumo è più spesso di natura culturale, quindi.

¹ Si guardi a questo esempio: una famiglia teorica di 2 adulti e 2 ragazzi, spende 16 euro per entrare agli Uffizi (8 euro ciascuno gli adulti e gratis i giovani fino a 18 anni) e 28 euro per uno spettacolo ad un cinema multisala (8 euro ciascuno gli adulti e 6 euro ciascuno i ragazzi fino a 11 anni, altrimenti 8 euro anch'essi).

Passando alle prime indicazioni per le politiche di settore, possiamo per il momento richiamare alcuni concetti-chiave.

Tradizionalmente le politiche per la cultura sono state politiche di conservazione del patrimonio e di sostegno all'offerta. Queste politiche sono adesso in crisi per due ragioni principali: perché devono confrontarsi con uno scenario di progressiva riduzione delle risorse pubbliche e, perché, non essendo riuscite a coinvolgere un pubblico ampio, scontano un deficit di legittimazione sociale.

Più recentemente si sono moltiplicati gli studi (anche di iniziativa europea) che mirano a dimostrare il legame tra politiche culturali e inclusione sociale (AA.VV. 2007, COE, 2016). In sostanza, si riconosce che la valorizzazione del patrimonio culturale, oltre a rappresentare un promettente motore di sviluppo, agisce su caratteristiche fondamentali per il benessere individuale e collettivo, quali senso di appartenenza, partecipazione, responsabilità verso la comunità, capacità critica, tolleranza, solidarietà, riduzione dei comportamenti devianti, apertura verso nuove influenze culturali e innovazione, ecc. Queste caratteristiche sembrano oggi ancora più cruciali rispetto al passato, perché in una società basata sulla conoscenza e sul capitale umano, il divario nei consumi culturali rischia di allargare le disuguaglianze e di impoverire il capitale sociale (oltre ad accrescere la conflittualità). Quanto fin qui richiamato fornisce le finalità generali per le nuove politiche culturali.

Passando, invece, al loro contenuto, dai dati fin qui analizzati si ricava un'indicazione forte a favore di politiche di sostegno alla domanda, che sono in primo luogo politiche di educazione al patrimonio culturale e di accompagnamento al consumo (si pensi a quanto è diffuso il fenomeno dell'analfabetismo funzionale).

Per usare le parole di Sacco e Trimarchi (2003), il problema del contesto italiano, caratterizzato da alti livelli di dotazione e bassi livelli di consumo, è quello del "cavallo che non beve". Secondo gli autori citati, il settore culturale è stato fin qui caratterizzato da un'accettazione implicita della legge di Say: una volta sostenuta con risorse pubbliche l'offerta, gli individui hanno una sorta di dovere morale di fruirne. Questo argomento, peraltro, non è utilizzato per nessun altro settore produttivo, tantomeno per i servizi alla persona.

Per superare questo approccio che produce scarsi risultati, occorre pertanto muovere verso un nuovo paradigma di *policy* e verso politiche di ricerca e di attrazione dell'utenza, vere e proprie strategie di *marketing* il cui obiettivo, ovviamente, non è la produzione del profitto bensì quella del benessere sociale.

9. Bibliografia

AA.VV. (2007), Strategie e politiche per l'accesso alla cultura, FORMEZ

BINA, V., CHANTEPIE, P., DEROIN, V., FRANK, G., KOMMEL, K., KOTYNEK, J., & ROBIN, P. (2012). ESSnetculture final report. European Commission: Luxembourg.

BOURDIEU, P. (1987). What makes a social class? On the theoretical and practical existence of groups. *Berkeley Journal of Sociology*, 32, 1–18.

COUNCIL OF EUROPE (2016), Indicator Framework on culture and democracy. Policy maker's guidebook

EUROPEAN COMMISSION- DG EDUCATION AND CULTURE (2013), *Cultural Access and participation*, Special Eurobarometer 399

FALK M. KATZ-GERRO T. (2016), Cultural participation in Europe: Can we identify common determinants?, in *Journal of Cultural Economics* 40:127–162, DOI 10.1007/s10824-015-9242-9

SACCO P.L., TRIMARCHI M. (2003), Il Museo invisibile. I giovani e l'offerta culturale locale, in *Sistema Impresa e cultura*

STIGLER, G.J. E BECKER G.S. (1977), "De Gustibus Non Est Disputandum", *The American Economic Review*, vol. 67(2), pp. 76-90.

TRIMARCHI M. (1993) *ECONOMIA E CULTURA*, F. ANGELI MILANO