

# CULTURA E DEMOCRAZIA

CARATTERISTICHE DELL'OFFERTA, LIVELLI DI CONSUMO  
E PARTECIPAZIONE IN TOSCANA

*Sabrina IOMMI*

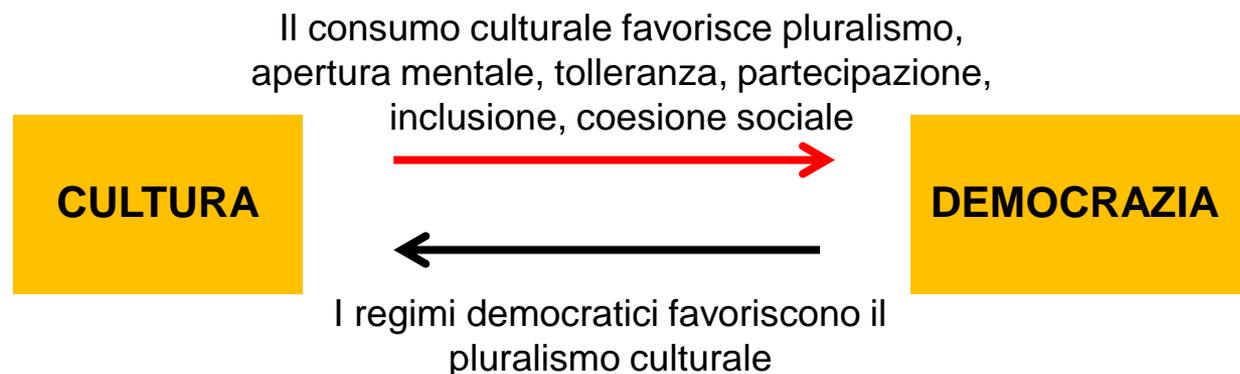
*Donatella MARINARI*

LUCCA, 12 OTTOBRE 2017

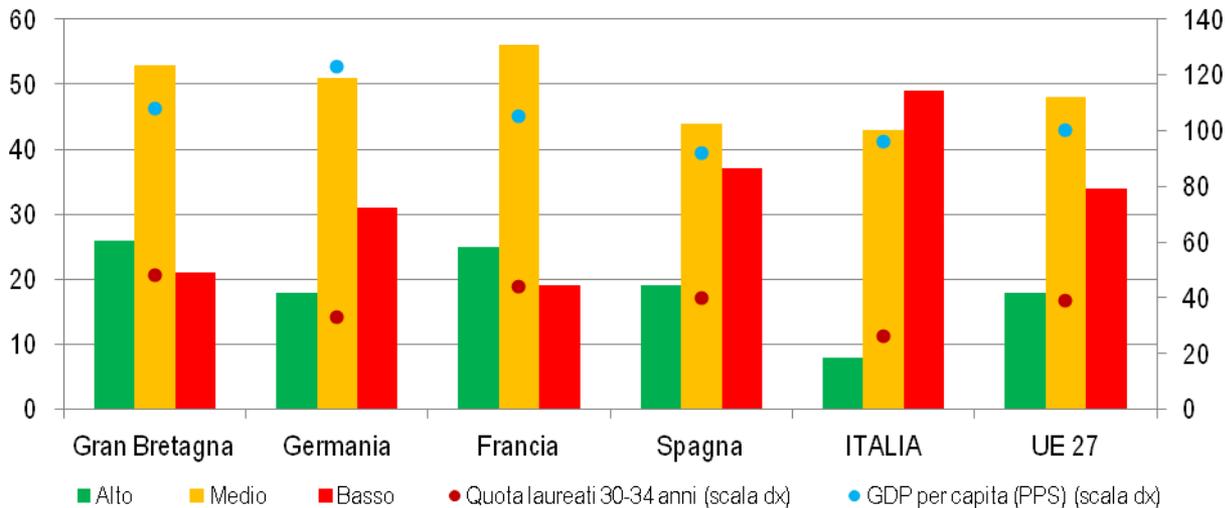
# INQUADRAMENTO TEORICO

## RAGIONI A SOSTEGNO DELL'INTERVENTO PUBBLICO PER LA CULTURA

- Cultura come bene di merito
- Finalità redistributive (garantire accesso ai meno abbienti)
- Cultura come motore di sviluppo (turismo)
- Cultura come fattore di innovazione e sviluppo futuro
- **Cultura come fattore di benessere e coesione sociale**



## LIVELLI DI CONSUMO CULTURALE, ISTRUZIONE E REDDITO. 2013



Fonte: EC (2013) Special Eurobarometer no.399

L'istruzione influenza più del reddito i consumi culturali. Le motivazioni del non consumo confermano l'esistenza di una barriera di tipo culturale.

## ITALIA. MOTIVI DEL MANCATO CONSUMO CULTURALE (%)



Fonte: EC (2013) Special Eurobarometer no.399

## ITALIA. % PERSONE CHE HANNO SVOLTO L'ATTIVITÀ ALMENO UNA VOLTA NEGLI ULTIMI 12 MESI 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

# LIVELLI DI CONSUMO E DETERMINANTI IN EUROPA: MODELLO PROBIT

MODELLO PROBIT MULTINOMIALE ORDINATO. DETERMINANTI SOCIO-ECONOMICHE INDIVIDUALI E TERRITORIALI DELLA PROBABILITÀ DI VISITARE (UNA O PIÙ VOLTE) MUSEI E SITI CULTURALI (DATI EU-SILC, 350MILA OSSERVAZIONI IN 24 PAESI)

VARIABILI	COEFFICIENTI (EFFETTO MARGINALE)					
	DE	ES	FR	ITALIA	UK	TOTALE
Log household income (adj.)	0,32***	0,26***	0,45***	0,38***	0,29***	n.d.
Intermediate education (ref. basic)	0,34***	0,47***	0,38***	0,53***	0,56***	0,41***
Tertiary education (ref. basic)	0,82***	0,84***	0,99***	1,06***	0,93***	0,95***
Age 65+ (ref. 16-24)	0,07	-0,27***	-0,01	-0,49***	0,23***	-0,23***
Female	0,14***	0,07***	0,14***	0,08***	0,00	0,11***
Single	-0,08***	-0,12***	-0,29***	-0,06***	-0,21***	-0,11***
Country of birth: non-EU	-0,04	-0,33***	-0,19***	-0,18***	-0,07*	-0,18***
Part time (ref. full time)	0,12***	-0,03	0,06*	0,05*	0,13***	0,05***
Unemployed	-0,26***	-0,07***	-0,06	-0,17***	-0,09	-0,14***
School-age & university students	0,63***	0,56***	0,71***	0,69***	0,62***	0,73***
Retired persons	-0,03	-0,06	0,18***	-0,03	0,20***	0,04***
Disabled	-0,37***	-0,33***	-0,19***	-0,50***	-0,26***	-0,33***
Densely populated (ref. rural)	0,21***	0,18***	0,16***	0,11***	-0,01	n.d.
<b>Number of observations</b>	<b>25.386</b>	<b>26.158</b>	<b>18.950</b>	<b>45.497</b>	<b>16.459</b>	<b>351.470</b>

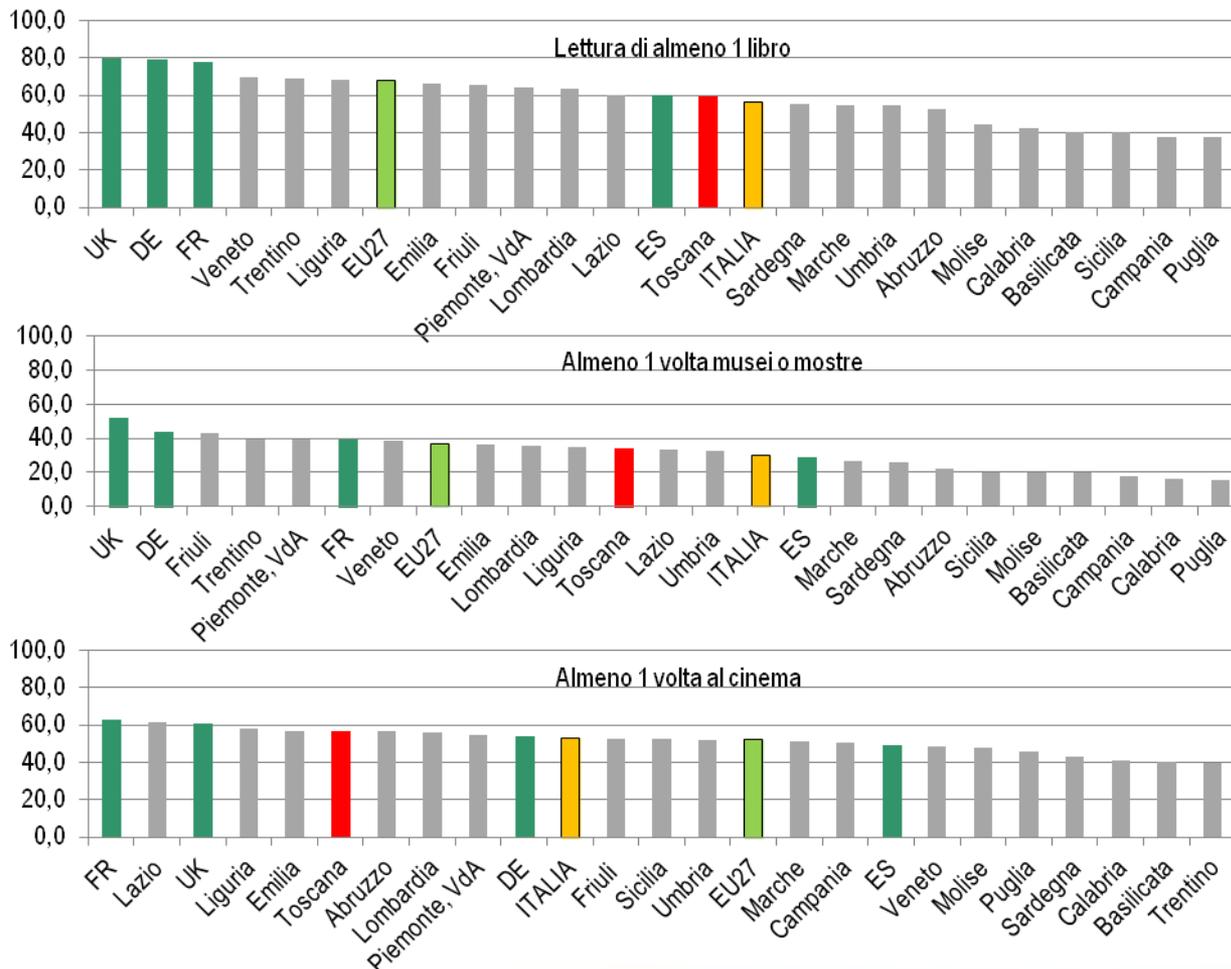
Fonte: Falck and Katz-Gerro (2016) Journal of Cultural Economics 40:127–162

$$Y_i^* = \sum_{k=1}^K \beta_k X_{ki} + \sum_{h=1}^H \beta_h X_{hi} + u_i$$

Probabilità di consumo
↑
Vettore delle caratteristiche individuali
↑
Vettore delle caratteristiche familiari e territoriali

# LA TOSCANA A CONFRONTO: UE E REGIONI ITALIANE

**% POPOLAZIONE IN ETÀ 25-64 ANNI CHE HA FRUITO ALMENO 1 VOLTA DELL'ATTIVITÀ. 2013**



	% laureati su pop. 25-64 anni. 2014
United Kingdom	40,6
Spain	34,7
France	33,1
<b>European Union (27)</b>	<b>29,3</b>
Germany	27,1
LAZIO	25,7
FRIULI	19,6
<b>TOSCANA</b>	<b>19,1</b>
EMILIA	18,9
ABRUZZO	18,0
<b>ITALIA</b>	<b>17,1</b>
TRENTINO	17,0
PIEMONTE	16,6
UMBRIA	16,5
LOMBARDIA	16,4
MARCHE	16,4
MOLISE	16,4
Romania	15,9
SARDEGNA	15,4
LIGURIA	15,4
BASILICATA	15,3
Turkey	15,3
SICILIA	15,0
VENETO	14,8
CAMPANIA	14,6
CALABRIA	14,6
PUGLIA	14,2

FONTE: EC (2013) Special Eurobarometer no.399 per Europa, Istat Multiscopo (2014) per regioni italiane

# TOSCANA: TRA LE REGIONI ITALIANE CON I PIÙ ALTI CONSUMI

## REGIONI ITALIANE. INDICE SINTETICO DI CONSUMO CULTURALE. 2014

	Lettura libri	Lettura quotidiani	Cinema	Teatro	Musei	Monu - menti	Concerti classica	Concerti altra	Penalty	MPI Consumo culturale
Trentino	4,2	3,1	1,9	0,9	1,6	1,0	0,5	1,1	3,1	130,0
Friuli VG	5,1	2,9	2,6	0,7	1,5	1,2	0,4	0,9	1,4	129,1
Lazio	3,7	1,9	3,4	1,0	1,3	1,1	0,5	0,9	2,0	128,5
<b>Toscana</b>	<b>3,6</b>	<b>2,1</b>	<b>2,8</b>	<b>0,7</b>	<b>1,3</b>	<b>1,0</b>	<b>0,5</b>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>	<b>115,9</b>
E.- Romagna	3,7	2,3	3,0	0,7	1,3	1,0	0,4	0,7	0,6	115,2
Sardegna	3,6	2,7	2,2	0,5	1,1	1,3	0,4	1,0	2,1	114,7
Piemonte	4,1	2,0	2,6	0,6	1,4	1,0	0,4	0,8	1,0	111,7
Lombardia	3,8	2,0	2,6	0,6	1,2	0,9	0,3	0,8	0,6	103,7
Marche	2,4	2,0	2,5	0,6	1,0	0,8	0,4	0,8	0,4	99,7
Umbria	3,1	2,0	2,6	0,6	1,1	0,9	0,3	0,9	1,0	99,4
Veneto	3,6	1,9	2,1	0,6	1,0	0,8	0,3	0,7	0,5	95,7
Liguria	4,2	2,1	2,6	0,6	1,1	0,8	0,3	0,5	2,2	95,4
<b>ITALIA</b>	<b>3,0</b>	<b>1,8</b>	<b>2,5</b>	<b>0,6</b>	<b>1,0</b>	<b>0,8</b>	<b>0,4</b>	<b>0,7</b>	<b>0,0</b>	<b>95,0</b>
V. d'Aosta	3,9	2,5	2,4	0,3	1,0	1,0	0,3	0,7	2,9	93,2
Abruzzo	2,2	1,9	2,4	0,5	0,7	0,6	0,4	0,6	0,6	82,1
Molise	2,1	1,5	2,0	0,3	0,7	0,7	0,3	0,7	0,4	73,7
Puglia	1,4	1,3	2,3	0,4	0,5	0,4	0,2	0,6	1,1	63,7
Sicilia	1,5	1,3	2,2	0,5	0,5	0,5	0,2	0,6	0,7	63,1
Basilicata	1,6	1,1	1,7	0,4	0,5	0,5	0,3	0,8	1,8	63,0
Calabria	1,7	1,4	1,7	0,2	0,5	0,4	0,3	0,8	2,4	61,7
Campania	1,5	1,2	2,2	0,5	0,5	0,5	0,2	0,5	1,0	60,0

FONTE: elaborazioni su dati ISTAT Multiscopo

# TOSCANA: LA REGIONE CON L'OFFERTA PIÙ DIFFUSA

## REGIONI ITALIANE. INDICE SINTETICO DI COPERTURA TERRITORIALE DELL'OFFERTA CULTURALE. 2015

	Indice di copertura su numero di Comuni con almeno 500 abitanti (%)				Penalty	MPI Copertura territoriale offerta
	Teatro di prosa	Cinema	Biblioteche	Bande Musicali		
<b>Toscana</b>	<b>61,5</b>	<b>36,0</b>	<b>85,1</b>	<b>44,0</b>	<b>0,4</b>	<b>130,0</b>
E.- Romagna	54,4	36,0	83,0	28,3	1,4	119,6
Sicilia	33,9	24,9	82,6	57,3	1,2	116,3
Puglia	43,9	27,8	82,0	31,8	0,3	113,1
Umbria	47,7	19,3	70,5	39,8	0,3	109,4
Marche	51,5	20,2	49,1	39,4	1,4	103,7
Friuli VG	54,8	14,1	71,4	28,1	1,5	103,2
Lombardia	33,2	19,7	85,5	24,6	1,0	101,8
Lazio	24,2	17,7	65,5	51,0	1,8	100,5
<b>ITALIA</b>	<b>35,7</b>	<b>18,1</b>	<b>71,3</b>	<b>26,9</b>		<b>97,8</b>
Trentino-AA	43,2	19,1	70,3	14,1	1,3	96,5
Basilicata	31,5	10,2	69,3	33,9	0,8	94,7
Liguria	28,9	21,1	65,8	20,0	0,5	94,3
Sardegna	39,2	7,2	99,3	15,0	4,7	92,1
Veneto	54,7	23,0	30,8	22,7	3,8	91,9
Piemonte	30,5	11,2	73,9	18,8	1,0	90,2
V. d'Aosta	17,0	23,4	51,1	17,0	1,3	84,8
Campania	21,3	12,0	63,0	15,6	0,5	83,5
Abruzzo	23,6	9,6	53,2	19,2	0,1	82,1
Calabria	10,3	7,3	56,9	29,9	1,5	79,0
Molise	12,4	3,5	63,7	6,2	1,9	70,0

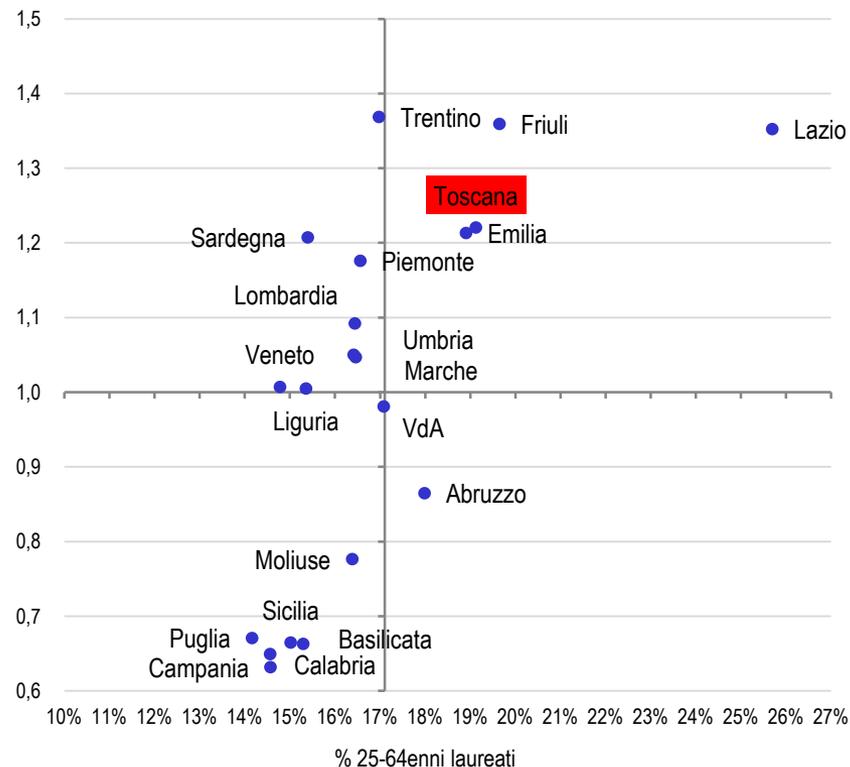
FONTE: elaborazioni su dati MIBACT, SIAE, ABI, ANBIMA e BM



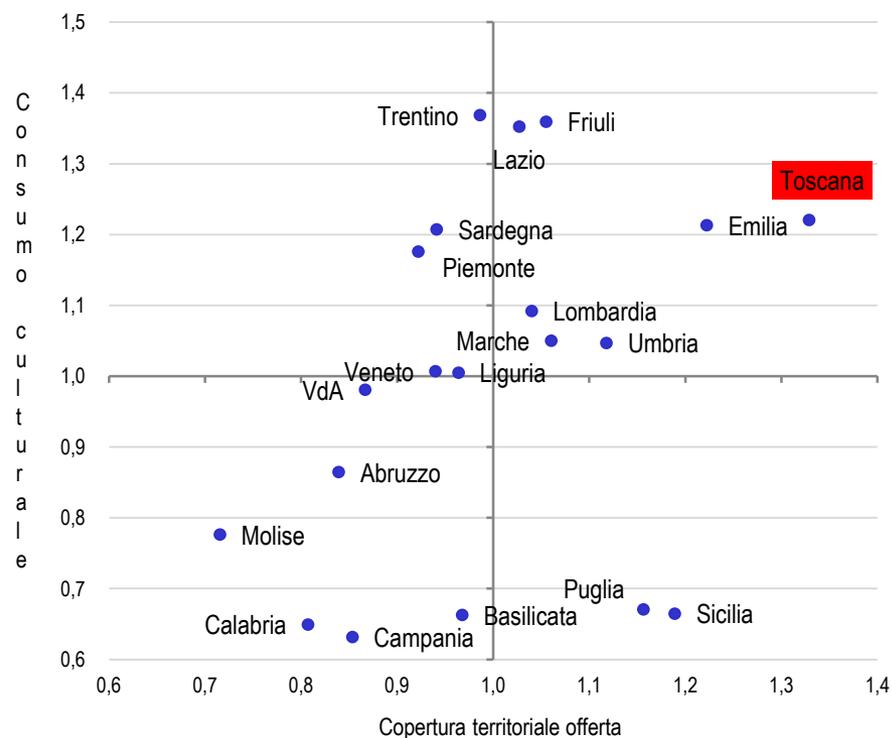
[www.lubec.it](http://www.lubec.it)

# ITALIA: MAGGIORI CONSUMI CON ISTRUZIONE ELEVATA E OFFERTA DIFFUSA

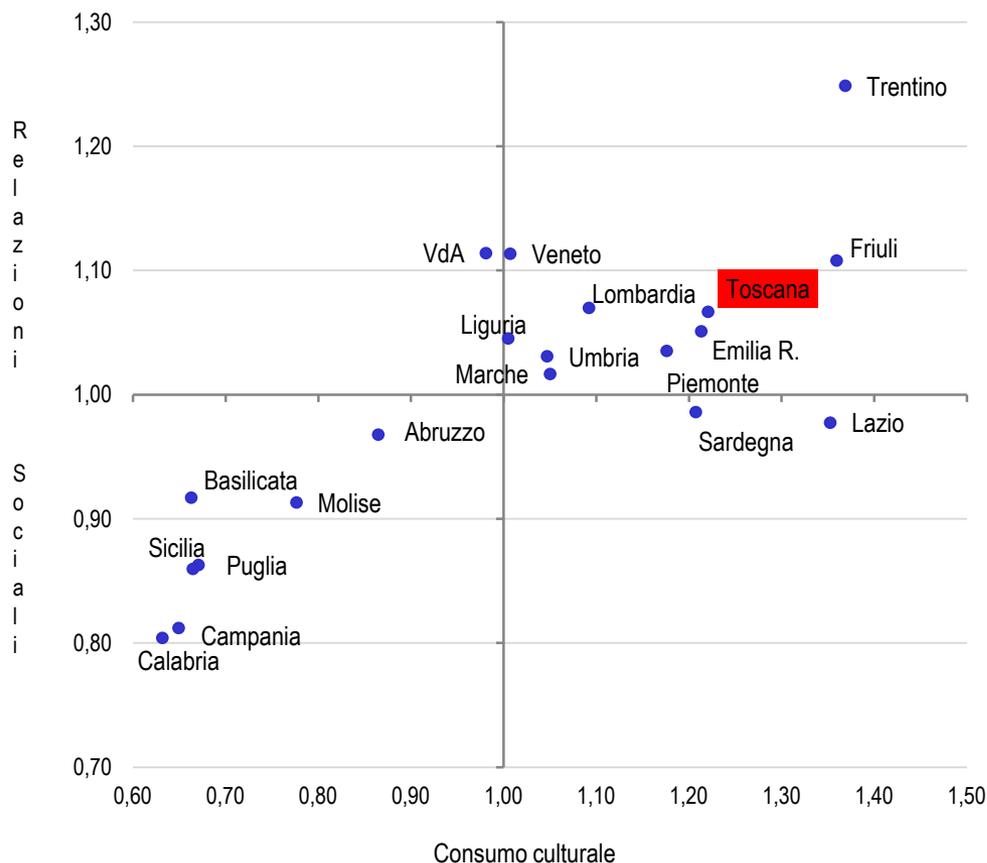
CORRELAZIONE TRA QUOTA LAUREATI SU POPOLAZIONE E CONSUMO CULTURALE



CORRELAZIONE TRA COPERTURA TERRITORIALE OFFERTA E CONSUMO CULTURALE



# ITALIA: PIÙ “DEMOCRAZIA” CON MAGGIORE CONSUMO CULTURALE



	<i>Persone (6+) che hanno praticato almeno 3 attività culturali (a) nei 12 mesi precedenti</i>	<i>MPI consumo culturale 25-64 anni (Italia=1)</i>
<b>INDICATORI DI PARTECIPAZIONE SOCIALE</b>		
Persone che hanno svolto attività di partecipazione	0,900	0,786
Persone che parlano di politica o che si informano	0,882	0,896
Persone che hanno svolto attività volontariato	0,832	0,669
Persone che hanno finanziato associazioni	0,890	0,794
Persone che dichiarano fiducia negli altri	0,875	0,736
<b>Indice di Relazioni sociali (MPI ITALIA =1) (b)</b>	<b>0,924</b>	<b>0,804</b>
<b>INDICATORI DI PARTECIPAZIONE POLITICA</b>		
Persone che hanno votato per Parlamento Europeo	0,423	0,430
Persone che esprimono fiducia nel governo locale	0,826	0,665
<b>Indice composito di Relazioni sociali (MPI ITALIA =1) (b) al netto dell'effetto reddito</b>	<b>0,556</b>	<b>0,277</b>
<small>(a) Si sono recate almeno quattro volte al cinema; almeno una volta a teatro, musei e/o mostre, siti archeologici, monumenti, concerti di musica classica, opera, concerti di altra musica; hanno letto un quotidiano almeno tre volte a settimana; hanno letto almeno quattro libri.                      (b) Sintesi di soddisfazione per relazioni familiari, amicali, persone su cui contare, partecipazione sociale, civica e politica, attività di volontariato, finanziamento alle associazioni, fiducia generalizzata</small>		

La correlazione positiva tra consumo culturale e democrazia (partecipazione, fiducia, coesione sociale) “tiene” anche alla scala regionale e anche al netto dell’effetto reddito.

## DENTRO LA TOSCANA: I NUMERI DELL'OFFERTA

BIBLIOTECHE	Nr.
Totale biblioteche aperte	979
di cui civiche/comunali	228
prestati nelle biblioteche comunali	2.496.602
iscritti al prestito attivi bibl. comunali	312.358

LUOGHI DI SPETTACOLO	Nr. posti	Nr. luoghi
Teatro	54.297	164
Teatro arena	22.732	15
Teatro tenda	3.240	4
Cinema-teatro	20.204	57
Sala cinematografica	22.731	68
Multisala cinematografica	40.423	39
Cinema arena	12.249	32
Complesso multifunzionale	4.565	7
Sala polifunzionale	2.880	16
Auditorium	2.070	7
Sala concerto	1.592	5
Altri spazi (es. capannoni)	4.273	11
<b>TOTALE</b>	<b>191.256</b>	<b>425</b>

MUSEI, MONUMENTI, SITI ARCHEOLOGICI	Nr. Strutture	Nr. Visitatori
Monumento o complesso monumentale	112	12.314.243
Museo	534	10.985.864
di cui musei civici	224	2.236.000
Centri scientifici-culturali	27	385.595
Siti archeologici	35	285.874
Centro espositivo	15	233.769
Ecomusei	23	23.769
<b>TOTALE</b>	<b>746</b>	<b>24.229.114</b>

LUOGHI DELLA MUSICA	Nr.
Filarmoniche	132
Scuole di musica	400

FONTE: elaborazioni su dati RT; ANBIMA e BM per le Filarmoniche

# DENTRO LA TOSCANA: LA DOTAZIONE PER COMUNE

## BIBLIOTECHE

## MUSEI

## TEATRI

## CINEMA

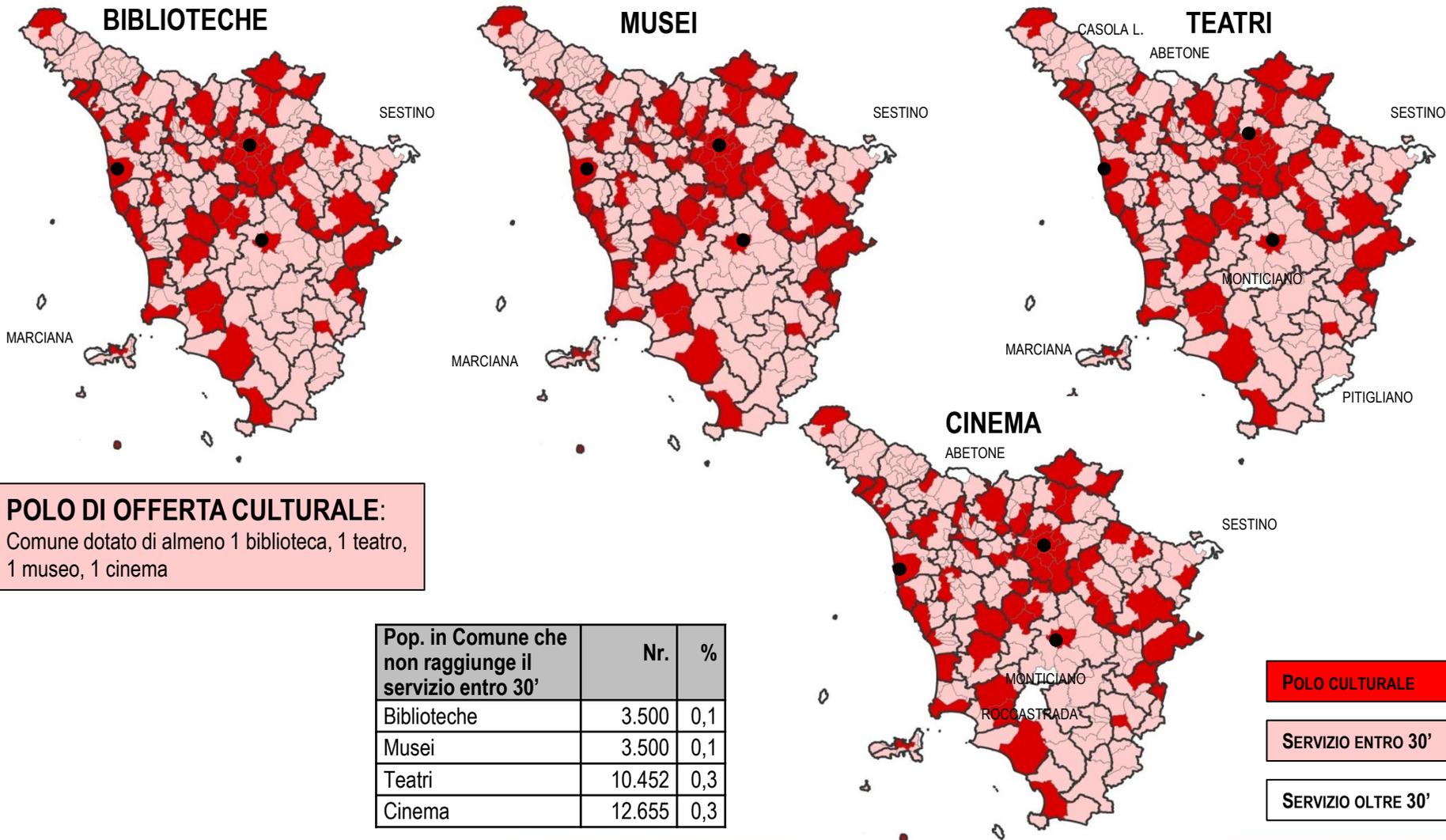
## FILARMONICHE

Pop. in Comune privo di	Nr.	%
Biblioteche	192.886	5,1
Musei	407.163	10,9
Teatri	899.136	24,0
Cinema	1.096.901	29,2
Filarmoniche	1.319.471	35,2

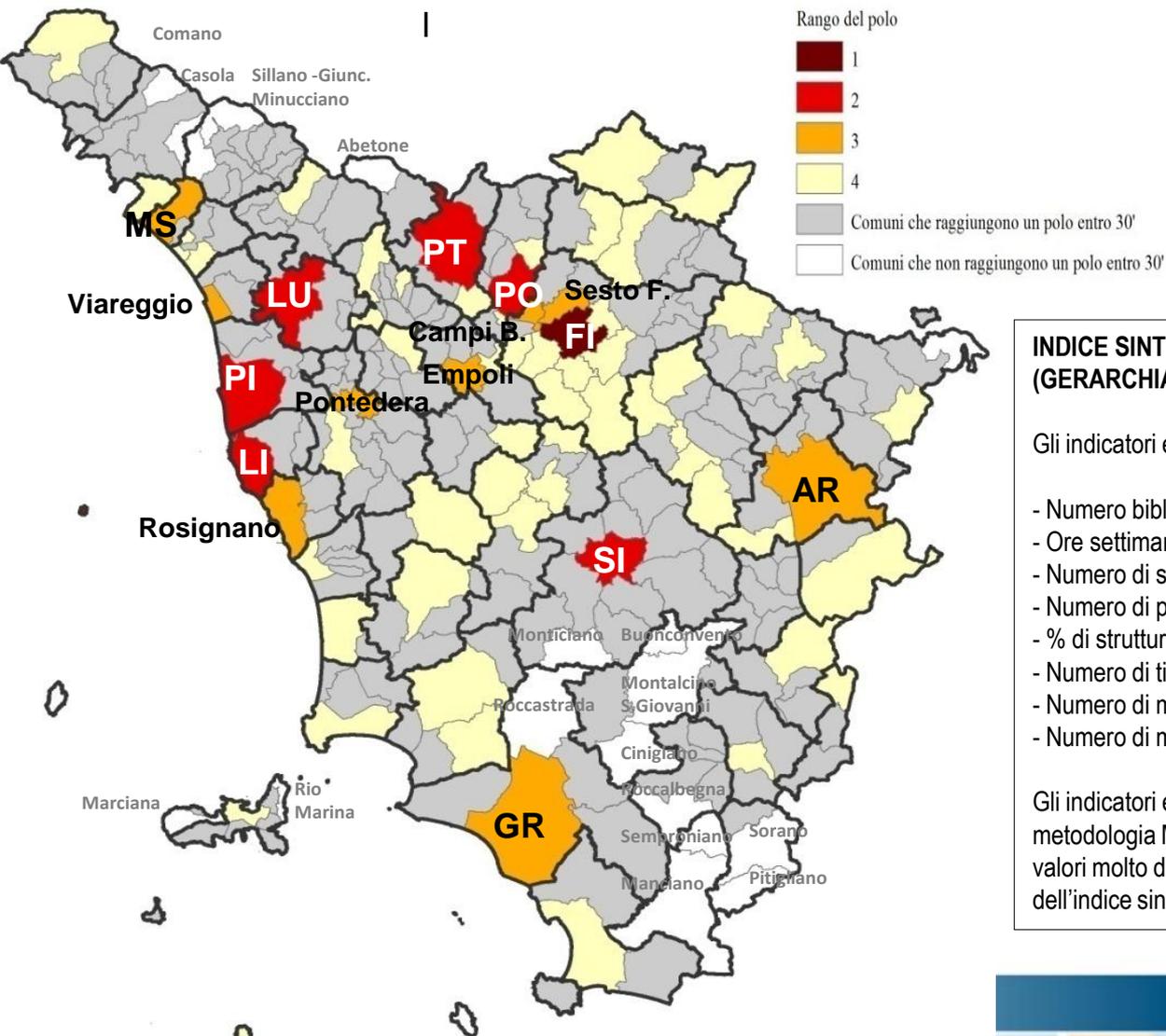
SERVIZIO PRESENTE

SERVIZIO ASSENTE

# DENTRO LA TOSCANA: COMUNI POLO CULTURALE E COMUNI CON SERVIZIO ENTRO 30'



# DENTRO LA TOSCANA: RANGO E ACCESSIBILITÀ AI POLI CULTURALI



Pop. che non raggiunge un polo culturale entro 30'	Nr.	%
Toscana	50.087	1,3

## INDICE SINTETICO DI DOTAZIONE CULTURALE (GERARCHIA POLI)

Gli indicatori elementari utilizzati sono i seguenti:

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

Gli indicatori elementari sono standardizzati e poi sintetizzati secondo la metodologia Mazziotta-Pareto (l'indice sintetico penalizza i territori con valori molto disomogenei degli indicatori elementari). Le componenti dell'indice sintetico sono assunte tutte con lo stesso peso.

## TOSCANA: SINTESI E PRIMI SUGGERIMENTI

- La Toscana mostra **livelli di consumo culturale medio-alti** e in linea con quelli dei territori paragonabili se confrontata con le altre regioni italiane, pur non raggiungendo i paesi europei più sviluppati;
- Un'analisi a scala europea (su dati EU-Silc su 24 paesi) indica che **il consumo culturale è influenzato in misura più forte dal livello di istruzione che da quello del reddito**, il risultato poco brillante delle regioni italiane è pertanto spiegato dai livelli di istruzione molto più bassi di quelli dei paesi europei più sviluppati;
- Nelle indagini demoscopiche nei paesi a sviluppo avanzato, **i primi due motivi indicati per giustificare il mancato consumo culturale sono il disinteresse e la mancanza di tempo** (gli esperti interpretano la seconda risposta come una mancanza di interesse “mascherata”); la barriera più forte al consumo è dunque di tipo culturale, servono pertanto **investimenti in istruzione e in educazione/sensibilizzazione**, oltre che **politiche di “ammodernamento” dell’offerta** (da rendere maggiormente attrattiva); per alcune categorie di soggetti, invece, possono essere utili politiche tariffarie o di trasporto;
- La Toscana, nel confronto con le altre regioni italiane, si caratterizza per **un’offerta culturale estremamente diffusa sul territorio**: non esiste dunque un problema di accessibilità geografica se non in pochissimi casi, mentre è ragionevole ipotizzare che la **presenza di molte piccole strutture** ponga problemi di armonizzazione degli standard organizzativi, di realizzazione di economie di scala, di utilizzo efficace delle risorse disponibili;
- Le esternalità positive del consumo culturale in termini di coesione e partecipazione sociale evidenziate alla scala europea sono leggibili anche a livello regionale: **le società che hanno consumi culturali elevati sono dunque società più coese, con livelli di fiducia negli altri più elevati, con una maggiore apertura alle differenze e alle novità.**