

VALUTAZIONE DI IMPATTO ECONOMICO E SOCIOCULTURALE DELLE FONDAZIONI CULTURALI FINANZIATE E/O PARTECIPATE DALLA REGIONE TOSCANA

Sintesi

Il lavoro è da intendersi come contributo conoscitivo finalizzato a favorire un più stretto coordinamento tra l'amministrazione regionale e le fondazioni culturali da essa finanziate e/o partecipate.

Il suo obiettivo principale è di evidenziare, a fronte delle risorse impegnate, i risultati economici ed extra-economici (sociali e culturali) conseguiti dalle fondazioni a beneficio della collettività.

Le fondazioni osservate nel corso dell'indagine sono 10¹, afferenti ad ambiti diversi e con caratteristiche specifiche, che hanno reso necessaria l'individuazione di un modello di analisi degli impatti costruito ad hoc, al fine di tener conto di aspetti molto differenziati.

La cornice interpretativa è stata costruita sulla base del modello UNESCO presentato nella recente pubblicazione dedicata agli indicatori culturali per l'Agenda 2030 sullo sviluppo sostenibile, che individua 4 ambiti tematici rilevanti per le attività culturali:

1. Prosperità e sostentamento (*Prosperity & Livelihoods*), relativo ad aspetti economici e occupazionali;
2. Contesto e resilienza (*Environment & Resilience*), che fa riferimento alle modalità di tutela, trasmissione, valorizzazione e rigenerazione del patrimonio culturale, anche immateriale;
3. Inclusione e partecipazione (*Inclusion & Participation*), il cui *focus* verte sulle politiche di inclusione e di coinvolgimento delle comunità locali;
4. Conoscenza e competenze (*Knowledge & Skills*), attinente agli interventi di istruzione e formazione, sia degli operatori che del pubblico.

Lo schema interpretativo descritto è stato ovviamente adattato alle attività svolte dalle fondazioni culturali, mentre le informazioni quantitative e qualitative sono state ricavate tramite 3 strumenti principali: a) uno schema per la raccolta di dati amministrativi e contabili da utilizzare nel modello input-output, b) un questionario relativo all'organizzazione interna, c) un questionario sperimentale rivolto all'utenza.

I principali risultati emersi vengono presentati secondo l'articolazione tematica descritta.

1. Prosperità e sostentamento. Gli impatti economici e occupazionali.

A fronte di un contributo regionale complessivo di poco superiore ai 13 milioni in totale per le 10 fondazioni considerate², la realizzazione dell'attività artistica principale attiva 106 milioni di PIL e 1.221 unità di lavoro a tempo pieno (ULA), mentre ulteriori 77 milioni di PIL e 1.419 ULA sono attivati dall'indotto turistico. Circa il 60% del totale delle attivazioni resta dentro i confini regionali (63% del PIL e 57% delle ULA).

Dal punto di vista della distribuzione settoriale, l'attività artistica delle fondazioni attiva principalmente il settore delle *attività artistiche e di intrattenimento* (67%), seguito, a distanza, dalle attività terziarie di supporto all'organizzazione della produzione principale (*Altre attività di servizi* 8%, *Consulenze legali e contabili* 5%, *Attività immobiliari* 4%, *Commercio* 3%, *Servizi di alloggio e ristorazione* 2% e *Attività assicurative* 2%). Di contro, per l'indotto turistico, il settore maggiormente coinvolto è proprio quello atteso dei *Servizi di alloggio e ristorazione* (46%), seguito da *Commercio* (12%), *Altre attività artistiche e di intrattenimento* (9%), *Attività immobiliari* (6%) e *servizi di Trasporto e magazzinaggio* (6%).

Nel corso del 2018, le fondazioni hanno speso 32 milioni di euro in forniture, di cui il 50% delle risorse è stato investito all'interno del territorio regionale, con una forte polarizzazione nella provincia di Firenze. La

¹ Fondazione Toscana Spettacolo, Orchestra Regionale Toscana, Scuola di Musica di Fiesole, Teatro del Maggio musicale fiorentino, Teatro Metastasio di Prato, Palazzo Strozzi, Fondazioni per le Arti Contemporanee in Toscana- Pecci, Teatro della Toscana, Festival Pucciniano e Carnevale di Viareggio.

² Le fondazioni ricevono anche altri contributi pubblici, di fonte ministeriale o da parte di altri enti locali. L'incidenza dei contributi pubblici sulle entrate complessive, pur molto variabile, è in media elevata e superiore al 60%.

scelta di utilizzare fornitori esterni ai confini regionali è principalmente collegata a servizi artistici e/o specializzati.

Le fondazioni, inoltre, hanno raccolto circa 5 milioni di euro di risorse da soggetti privati (quasi 10% dei costi complessivi), le quali provengono per il 50% da soggetti operanti nel territorio regionale.

In termini di occupazione diretta, le fondazioni impiegano 582 dipendenti, di cui il 33% sono under 35. In termini medi si registra, inoltre, un sostanziale *gender balance*; il 48% degli impiegati sono donne, con picchi dell'80% in alcuni casi.

Infine, per quanto riguarda l'effetto *spillover*, qui inteso come capacità da parte delle fondazioni di generare effetti positivi diffusivi sul territorio tramite l'erogazione di finanziamenti (contributi, sponsorizzazioni e/o elargizioni liberali) ad organizzazioni terze, a parte un paio di esperienze, non si osservano significative ricadute.

2. Contesto e resilienza. Le azioni per la salvaguardia e la produzione del patrimonio culturale.

Con una sola eccezione, tutte le istituzioni osservate hanno sviluppato almeno un progetto o un'attività finalizzata alla salvaguardia del patrimonio culturale materiale e/o immateriale in proprio possesso, garantendone l'accesso e la trasmissione alle future generazioni.

In totale, per il 2018, sono stati promossi 37 progetti, che spaziano dalle più tradizionali attività di conservazione, catalogazione, inventariazione, ricerca e studio, sino allo sviluppo di specifiche iniziative di valorizzazione, come la realizzazione di mostre e/o pubblicazioni scientifiche, o di musealizzazione dell'eredità immateriale storico-culturale detenuta. Da potenziare, tuttavia, appare l'utilizzo delle nuove tecnologie digitali.

Inoltre, 8 fondazioni hanno svolto anche azioni orientate alla sostenibilità ambientale, promuovendo la riduzione dei consumi di plastica e di carta. Due fondazioni hanno promosso progetti finalizzati a incentivare l'utilizzo dei trasporti pubblici, mentre solo una è intervenuta per migliorare l'efficienza energetica dei propri spazi, grazie all'utilizzo di lampade led e tecnologie a basso consumo.

Su questi temi le fondazioni, e più in generale le istituzioni culturali, possono, agire come vere e proprie piattaforme sensibilizzazione dei pubblici e della cittadinanza oltre a promuovere, tramite l'attuazione di strategie di sostenibilità ambientale ed economica, lo sviluppo di collaborazioni tra soggetti della filiera e il dialogo con altri settori economici.

Per quanto riguarda lo sviluppo delle relazioni, sia economiche che extra-economiche con il territorio, dai dati rilevati è emersa una situazione articolata. In relazione al *commitment* con gli operatori turistici, si evidenzia un livello maturo di collaborazione con il settore alberghiero e gli enti di promozione turistica, mentre esistono margini di miglioramento per la promozione di accordi con le guide turistiche e i *tour operator*. Di contro, nelle relazioni con gli altri soggetti del territorio e i pubblici potenziali, a fronte di un numero importante di attività di divulgazione e sensibilizzazione (spettacoli sui territori, eventi, attività formative, collaborazioni con soggetti locali, ecc.), sono apparse potenziabili le relazioni con il settore del volontariato, che costituiscono un elemento strategico per il rafforzamento del senso di comunità, e soprattutto le iniziative strutturate di rilevazione dei bisogni dei vari pubblici, che rappresentano invece un importante strumento di pianificazione strategica delle attività.

3. Inclusione e partecipazione. Le strategie di coinvolgimento dei pubblici

Nel corso del 2018, il sistema delle fondazioni analizzate ha registrato un totale di circa 1,1 milioni di ingressi. Si è stimato che, in assenza dei contributi regionali, il volume di pubblico si sarebbe ridotto di quasi 200.000 unità (18% del totale).

In materia di strategie di coinvolgimento dei pubblici è emerso che la totalità delle fondazioni adotta specifiche politiche di *pricing*, anche attraverso forme di agevolazioni integrate con altri operatori del territorio. Dall'analisi emerge un'attenzione diffusa verso il pubblico più giovane, mentre è potenziabile quella rivolta a famiglie, disabili o residenti.

Coerentemente con quanto appena evidenziato, anche nel contesto delle attività di *audience engagement* e *audience development* l'attenzione è maggiormente focalizzata sul pubblico giovane, mentre non si rilevano incisive azioni dirette al pubblico dei residenti, ad eccezione delle attività di fidelizzazione ("amici di" e membership), adottate dal 50% delle Fondazioni. Su questo fronte si evidenzia l'opportunità, per il

restante nucleo di soggetti osservati, di sviluppare strumenti che possono divenire una leva strategica finalizzata alla creazione di una rete di relazioni utili a favorire lo sviluppo dell'istituzione nel tempo, garantendone il radicamento nel territorio. La sostenibilità di lungo periodo è infatti inevitabilmente collegata alla capacità di costruire forti relazioni tra la propria *mission* e la comunità, nell'ottica di uno sviluppo culturale partecipato.

Altro elemento che preme sottolineare è l'opportunità, per le fondazioni, di investire su progettualità finalizzate al coinvolgimento di *target* specifici (diversamente abili, nuove comunità di stranieri, bambini, ecc.) sui quali non si rileva un livello di progettualità maturo.

4. Conoscenza e competenze. Le azioni formative per gli operatori e gli utenti

La maggior parte delle fondazioni ha investito, seppur con livelli differenti, nello sviluppo delle proprie risorse umane erogando, complessivamente, 3.400 ore di formazione per un totale di 30 corsi. In relazione ai contenuti, l'offerta formativa erogata ai dipendenti risulta essere molto eterogenea e finalizzata all'acquisizione di competenze sia di carattere tecnico sia di carattere trasversale, oltre ai tradizionali corsi in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

Infine, le fondazioni si sono poste quali soggetti attivi sul territorio anche nella promozione e nello sviluppo delle conoscenze e competenze delle comunità di riferimento, coinvolgendo oltre 64.000 partecipanti nel 2018. Le attività hanno riguardato sia iniziative più strettamente connesse alla *mission* delle singole istituzioni (es. formazione del pubblico o attività di co-progettazione), sia attività rivolte alla crescita e allo sviluppo di professionisti attraverso percorsi formativi, anche *on the job*. Tali attività vengono realizzate sia autonomamente, sia grazie ad una ampia rete di collaborazioni e convenzioni (oltre 80) che le fondazioni hanno saputo costruire nel tempo.