

# Con la **cultura** si mangia (se ben organizzata)

**Le risorse artistiche** sono un asset fondamentale del Made in Italy: già oggi producono il 15,6% del valore aggiunto nazionale: **una ricchezza sottovalutata**

**DANIELE MARINI**

Accade di possedere qualcosa di valore, senza rendersene conto. Abbiamo una ricchezza, una fonte di risorse (potenziali), ma non sappiamo utilizzarla in modo fruttuoso. Così avviene per il nostro patrimonio artistico, architettonico e culturale in generale. La quotidianità nell'incrociare palazzi, piazze, siti e monumenti, andando al lavoro o passeggiando per i centri delle città, li rende usuali: fanno parte del paesaggio. Solo quando andiamo all'estero possiamo considerare di quanta e quale abbondanza di ricchezze diffuse disponiamo. O quando un sito archeologico è danneggiato dall'incuria nostra o da visitatori maldestri e maleducati. O ancora quando un turista straniero si meraviglia per la quantità di opere presenti.

## Il nostro petrolio

Per un Paese come l'Italia che non dispone di materie prime pregiate, la storia ci ha lasciato un insieme di «risorse estetiche» che hanno poche eguali al mondo. E che se fossero ben utilizza-

te, potrebbero generare (e già oggi lo fanno) una parte significativa del Pil. Tant'è che l'ultimo rapporto annuale sul sistema produttivo culturale (Fondazione Symbola e Unioncamere) sottolinea come le filiere culturali e creative producano 78,6 miliardi di valore aggiunto e contagino gli altri settori dell'economia fino a mobilitare complessivamente il 15,6% del valore aggiunto nazionale (227 miliardi di euro). Le 443.458 imprese del sistema produttivo culturale (il 7,3% delle imprese nazionali) generano il 5,4% della ricchezza prodotta in Italia, pari a 74,9 miliardi di euro. Se includiamo anche le istituzioni pubbliche e le realtà del non profit attive nel settore, tale cifra raggiunge gli 80 miliardi di euro (5,7% della ricchezza nazionale). Insomma, un giacimento di tesori artistici, storici e culturali da valorizzare in modo sistematico. Quanto tale patrimonio sia frequentato e in che modo utilizzarlo al meglio è l'oggetto della rilevazione svolta presso la popolazione (Community Media Research in collaborazione con Intesa Sanpaolo, per *La Stampa*).

## Gli «assidui»

Poco meno della metà degli intervistati si può definire un

frequentatore assiduo (45,4%, oltre 4 volte l'anno) di mostre, musei, siti archeologici del nostro Paese, mentre una quota analoga manifesta una presenza saltuaria (48,1%, 1-3 volte l'anno). I più assidui a queste attività sono soprattutto le donne, gli studenti e gli adulti (55-64 anni), chi possiede una laurea e risiede nel Centro Italia. Dunque, anche sotto il profilo delle presenze e delle visite non sono pochi gli italiani che dedicano parte del loro tempo libero a gustare le bellezze artistiche, ma sicuramente c'è un'area ancora ampia di persone di cui si può catturare l'interesse. Che ci sia uno spazio potenziale su cui investire non solo in termini di informazione sulle opportunità di visite, ma anche di consapevolezza della necessità di aumentare la conoscenza culturale, è testimoniata dal fatto che i tre quarti degli intervistati ritengono sia giusto pagare un biglietto d'ingresso nei luoghi della **cultura** (75,6%), mentre per il restante quarto (24,4%) si dovrebbe entrare gratuitamente. Inoltre, per il 47,3% il costo del biglietto è considerato eccessivo, mentre per il 40,2% è adeguato e addirittura per il 12,5% troppo economico.

## Pubblico e privato

In questo senso, negli anni è

avanzata la riflessione circa un'apertura ai privati nella gestione del patrimonio artistico e culturale dell'Italia. È sufficiente ricordare le polemiche e le difficoltà burocratiche quando qualche imprenditore intende intervenire nel restauro di un monumento o s'ipotizza la sua presenza nella gestione di un museo. A fronte di un quinto (19%) che vorrebbe lo Stato come amministratore esclusivo, per converso si è fatta strada l'ipotesi di una compartecipazione dei privati finalizzata a valorizzare e a dare una gestione più manageriale alle nostre «risorse estetiche». La parte prevalente (47,5%) intravede ancora lo Stato quale responsabile principale assieme al privato, mentre un'apertura maggiore alle imprese vede schierati complessivamente il 33,5% degli intervistati. Insomma, l'80,7% considera auspicabile un'apertura, mentre il 19,7% valuta l'opportunità deprecabile.

L'ambito culturale e artistico è una risorsa latente ancora da esplorare e mettere a frutto in modo strategico. A fianco del sistema produttivo materiale, le risorse estetiche e immateriali sono fondamentali nel Made in Italy, e già oggi producono una ricchezza sottovalutata. La loro contaminazione rappresenta un vero acceleratore economico e fa capire che, organizzandola bene, con la **cultura** si mangia.

## Mediamente, quanti musei, mostre, siti architettonici e/o archeologici visitati in un anno?

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	ITALIA
Nessuno	2,5	7,5	0	15,6	<b>6,5</b>
1	14,8	15,5	16,0	22,4	<b>17,5</b>
2-3	33,1	31,5	25,5	32,1	<b>30,6</b>
4-5	21,5	18,5	26,5	16,8	<b>20,9</b>
6 e più	28,1	27,0	32,0	13,1	<b>24,5</b>

## E' giusto pagare un biglietto d'ingresso nei luoghi della cultura gestiti dallo Stato?

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	ITALIA
Sì	83,2	60,5	85,0	67,0	<b>75,6</b>
No	16,8	39,5	15,0	33,0	<b>24,4</b>

Fonte: Community Media Research  
 Intesa Sanpaolo per La Stampa, dicembre 2015 (n. casi: 1.378)

## Rimanendo la proprietà allo Stato italiano, un'apertura ai privati nella gestione del patrimonio artistico e culturale italiano sarebbe:

AUSPICABILE  
 DEPRECABILE



## Ritieni che il prezzo del biglietto sia adeguato rispetto a quanto è offerto in termini di proposta culturale?

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	ITALIA
Troppo costoso	44,2	48,5	42,8	53,6	<b>47,3</b>
Adeguito	45,2	35,5	39,8	37,9	<b>40,2</b>
Troppo economico	10,6	16,0	17,4	8,5	<b>12,5</b>

## Si discute molto della necessità di valorizzare maggiormente il patrimonio artistico e culturale dell'Italia. A tuo avviso, ciò dovrebbe essere realizzato:

	Dallo Stato	In equal misura	Dai privati
ITALIA	19,0	21,7	1,2
Nord Ovest	13,1	21,2	1,2
Nord Est	18,0	10,5	1,0
Centro	15,2	31,5	0
Sud e Isole	28,7	19,2	2,4

## Nota di metodo

Community Media Research, con Intesa Sanpaolo per «La Stampa», ha realizzato l'indagine LaST (Laboratorio sulla Società e il Territorio) dal 25 novembre al 7 dicembre 2015.

Il campione è rappresentativo della popolazione italiana maggiorenne. Aspetti metodologici e rilevazione sono stati curati dalla società Quantitas.

I rispondenti totali sono stati 1378. L'analisi è stata riproporzionata per genere, territorio, età, condizione professionale e titolo di studio. Il margine di errore è pari a +/-2,6%.

La rilevazione è avvenuta con una «visual survey» attraverso i social network e con un campione casuale raggiungibile con i sistemi «Cawi» e «Cati». Documento completo su [www.communitymediaresearch.it](http://www.communitymediaresearch.it).

