



IRPET

Istituto Regionale
Programmazione
Economica
della Toscana

RESIDENZA D'ARTISTA VILLA CELLE DI SANTOMATO (PT)
COABITAZIONI: ARTE, PAESAGGIO E COMUNITÀ

Per la crescita occupazionale giovanile e la transizione verso un'occupazione stabile e di qualità nei beni culturali e nelle arti contemporanee (FSE+ 21-27)

Dinamiche innovative e misurazione degli impatti nella relazione tra impresa e cultura

Pistoia, 3 Marzo 2026

- DEFINIZIONI E CONCETTI CHIAVE DELL'ANALISI ECONOMICA DEI SETTORI CULTURALI
- CONSISTENZA DI IMPRESE, ISTITUZIONI E OCCUPATI NEI SETTORI CULTURALI
- COME MISURARE GLI IMPATTI DELLA CULTURA

DEFINIZIONI E CONCETTI

CULTURA ED ECONOMIA

Il lavoro fondamentale sul rapporto tra cultura ed economia resta ad oggi quello dell'economista australiano **David Throsby**, *Economics and Culture*, **Cambridge University Press, 2001**, considerato il fondatore della moderna disciplina dell'economia della cultura.

Nel volume, **Throsby afferma che l'economia e la cultura sono entrambi sistemi di produzione di valore, che operano però secondo logiche diverse, solo in parte sovrapponibili**. L'economia si fonda sostanzialmente sui concetti di scarsità, scelte razionali e mercati di scambio, mentre la cultura si fonda su significati simbolici, costruzioni identitarie e valori condivisi. Mentre il valore economico è espresso attraverso i prezzi di mercato (efficienza produttiva, rapporto domanda/offerta, ecc.), **il valore culturale ha contenuti estetici, spirituali, storici e sociali, solo in parte riconducibili al prezzo**. La cultura è una merce molto particolare, quindi, con **valore economico e non-economico**. La necessità dell'**intervento pubblico**, secondo Throsby, deriva sia da ragioni economiche (fallimenti di mercato, beni meritori, informazione imperfetta) che da ragioni culturali (necessità di proteggere il “capitale culturale”, materiale e immateriale).

Due sono le modalità di intervento a protezione del capitale culturale: 1) la **conservazione e valorizzazione economica del patrimonio culturale prodotto nel passato**, trovando un equilibrio tra tutela e uso economico, 2) il **sostegno al processo di continua produzione di nuovo patrimonio culturale**, con attenzione alla tutela della diversità culturale, contro l'omologazione dei valori.

Altri due aspetti interessanti del volume di Throsby, che qui possiamo solo richiamare, attengono al funzionamento delle industrie culturali e al comportamento dell'artista.

Le industrie culturali sono mediamente più rischiose di altre attività economiche perché “vendono” valori immateriali di difficile valutazione (esperienze, significati), talvolta hanno costi fissi elevati e spesso ritorni incerti, e sono soggette al cosiddetto “effetto superstar”, in cui l'artista più noto, non necessariamente il più talentuoso, massimizza la redditività a scapito dei molti altri che non riescono ad emergere (fenomeno del “*winner takes all market*”).

A sua volta, **l'operatore culturale, è un agente economico con un comportamento particolare**, che compie il suo lavoro non solo per assicurarsi un reddito, ma anche per motivazioni non monetarie, per cui è disposto anche ad accettare redditi bassi e instabili in cambio di autonomia creativa e gratificazione. Spesso gli artisti lavorano anche in altri settori per sostenersi, secondo la teoria del “*dual labour market*”.

MISURARE IL VALORE DELLA CULTURA

Approccio	Cosa misura	Vantaggi	Limiti	Sottometodi
Monetario (neoclassico)	Disponibilità a pagare (cerca di tradurre il valore culturale in termini monetari)	Comparabile	Riduzionista (misura solo valore d'uso, o impatto economico, non il valore simbolico o identitario)	1) Metodi di valutazione contingente (questionari in cui si chiede all'utente: Quanto saresti disposto a pagare per..? Quanto vorresti essere compensato per..?) 2) Metodo dei costi di trasporto (si fa derivare il valore di un bene da quanto le persone spendono in tempo e denaro per raggiungerlo e visitarlo) 3) Metodo dei prezzi edonici (si stima l'impatto della presenza di un certo bene sui valori immobiliari di una zona)
Multicriterio	Pluralità valori	Più realistico (non riduce tutto il valore culturale a quello economico)	Soggettivo, meno confrontabile	1) Analisi multicriterio (si valuta un bene su più dimensioni, valore sociale, storico, economico, ecc., attribuendo a ciascuna un peso) 2) Indicatori compositi (densità di beni culturali, occupazione culturale, visitatori ecc. misurano ecosistemi non singoli beni)
Qualitativo	Significati sociali	Profondo	Poco standardizzato	1) Valutazione partecipativa (focus group su senso di appartenenza, coesione sociale, ecc.) 2) Metodi narrativi (interviste qualitative, storytelling, ecc.) 3) Metodo di stima dell'impatto sociale (questionari pre/post, misure di partecipazione, indicatori psicologici, ecc.)
Capitale culturale	Stock e sostenibilità	Intergenerazionale	Non sempre operativo, approccio più strutturale che monetario	La cultura è uno stock di capitale che produce flussi nel tempo, di cui si può misurare: stato di conservazione, rischio di perdita, investimento in manutenzione, benefici intergenerazionali.
Spillover	Effetti sistemici	Visione ampia	Difficile causalità	Si misura il valore culturale indirettamente tramite: innovazione, imprenditorialità, soft power, sostenibilità, coesione sociale Qui il valore culturale è un moltiplicatore sistemico Limite: difficile attribuire causalità e rischio di sovrastima

Non esiste un unico metodo corretto. La scelta del metodo dipende da quale dimensione del valore culturale vogliamo rendere visibile.
 Se l'obiettivo è allocare fondi → serve anche misura monetaria.
 Se l'obiettivo è progettare sviluppo → servono metodi sistemici.
 Se l'obiettivo è tutelare identità → servono metodi qualitativi.

EVOLUZIONE DELLA RELAZIONE TRA CULTURA ED ECONOMIA

Nei periodi di stagnazione economica, il settore delle attività culturali, che tradizionalmente beneficia di contributi pubblici, diventa uno dei principali bersagli di tagli di spesa (o politiche di austerità), a causa anche della sottovalutazione, da parte del *policy maker*, della capacità delle attività culturali di generare valore sociale ed economico.

In un recente lavoro di P.L. Sacco, G. Ferilli e G. Tavano Blessi (2018) (*From Culture 1.0 to Culture 3.0: Three Socio-Technical Regimes of Social and Economic Value Creation through Culture, and Their Impact on European Cohesion Policies, in Sustainability* 2018, 10, 3923; doi:10.3390/su10113923) si spiega l'attuale sottovalutazione del contributo allo sviluppo socio-economico delle attività culturali con la persistenza, nel contesto europeo, di antichi schemi interpretativi.

Il lavoro individua 3 diversi paradigmi (modelli) storici di interazione tra attività culturali e produzione di valore socio-economico, nati in fasi storiche diverse, che oggi si sovrappongono:

- 1) **Fase della Cultura 1.0 o del mecenatismo**, tipica delle società antiche e preindustriali, in cui le attività culturali non costituiscono un settore economico autonomo e l'accesso al consumo culturale è riservato a una ristretta élite, la produzione culturale non vive di risorse proprie ma grazie ai sussidi del mecenate con risorse guadagnate altrove, che in cambio del suo sostegno riceve un beneficio in termini di prestigio sociale (idea della cultura “sussidiata”);
- 2) **Fase della Cultura 2.0 o delle industrie culturali e creative**, tipica delle società industriali con consumi di massa; le industrie culturali e creative diventano dei veri e propri attori economici, nascono filiere industriali dei prodotti culturali e di intrattenimento, che si sviluppano secondo logiche di mercato, appoggiandosi anche sull'innovazione tecnologica (“idea dell'impresa culturale”);
- 3) **Fase della Cultura 3.0 o delle piattaforme digitali aperte**, tipica delle società post-industriali a tecnologia digitale diffusa, in cui la distinzione tra produttore e fruitore si sfuma, e la co-creazione e partecipazione culturale attiva diventano centrali per generare valore sociale ed economico (“idea della creazione collettiva dei valori culturali”).

I tre modelli non si escludono a vicenda, ma tendono a coesistere nelle società più moderne.

IMPRESA E CULTURA: EVOLUZIONE DELLA RELAZIONE

<i>Componente / Aspetto</i>	CULTURA 1.0 MECENATISMO	CULTURA 2.0 INDUSTRIE CULTURALI E CREATIVE	CULTURA 3.0 PIATTAFORME APERTE & PARTECIPAZIONE
PERIODO STORICO DOMINANTE	Pre-industriale, fino alla rivoluzione industriale	Secolo XX - nascita dei mercati culturali di massa	XXI secolo - digitalizzazione e partecipazione attiva
BASE SOCIO-TECNICA	Mecenatismo: sostegno individuale e pubblico alla produzione culturale	Industria culturale basata su tecnologia di massa e mercati	Comunità aperte, reti digitali, partecipazione e co-produzione
PRODUTTORI DI CULTURA	Artisti legati a patroni; identità sociale definita	Imprese culturali e creative con modelli di <i>business</i>	Produttori e utenti (<i>prosumer</i>) co-creano contenuti
RUOLO DELL'UTENTE / PUBBLICO	Attore passivo e ristretto	Consumatori di massa dei prodotti culturali	Partecipante attivo, co-creatore di valore
ACCESSIBILITÀ DEI CONTENUTI	Limitata ad élite selezionate	Ampia grazie a massa e mezzi di distribuzione	Molto ampia e democratica, digitale e sociale
RELAZIONE CON L'ECONOMIA	Cultura non settore economico, supportata da sussidi	Cultura come settore economico (industrie dell'intrattenimento)	Cultura integrata nell'economia digitale e nella partecipazione sociale
TECNOLOGIA ABILITANTE	Nessuna tecnologia di massa	Stampa rotativa, cinema, radio, registrazioni audio	Internet, piattaforme digitali, social media
MODELLO DI VALORE	Scambio simbolico tra mecenate e artista	Valore economico diretto dal mercato culturale	Valore economico e sociale generato da partecipazione e reti
ACCESSO ALLE OPPORTUNITÀ PRODUTTIVE	Barriere alte - dipendenza dal patrono	Selezione tramite industrie, barriere di ingresso tecnologiche	Accesso più aperto, ecosistemi <i>prosumer</i> senza gerarchie rigide
OBIETTIVO PRINCIPALE	Sostenere arte e cultura come patrimonio sociale	Profitto e diffusione di massa di prodotti culturali	Generazione di valore sociale ed economico attraverso la partecipazione
POLITICHE PUBBLICHE ASSOCIATE	Sussidi e mecenatismo pubblico	Sostegno alle industrie culturali	Politiche integrate su cultura, innovazione e partecipazione

Fonte: elaborazioni su P.L. Sacco, G Ferilli e G. Tavano Blessi (2018)

IN BREVE

Da sponsorizzazione a partnership strategica

Modello tradizionale: mecenatismo e CSR (responsabilità sociale d'impresa – l'azienda include finalità collettive nella propria attività per accrescere la propria reputazione)

Modello contemporaneo: cultura come asset competitivo, collaborazioni strategiche pubblico-privato

Cultura come leva di:

Branding e reputazione territoriale

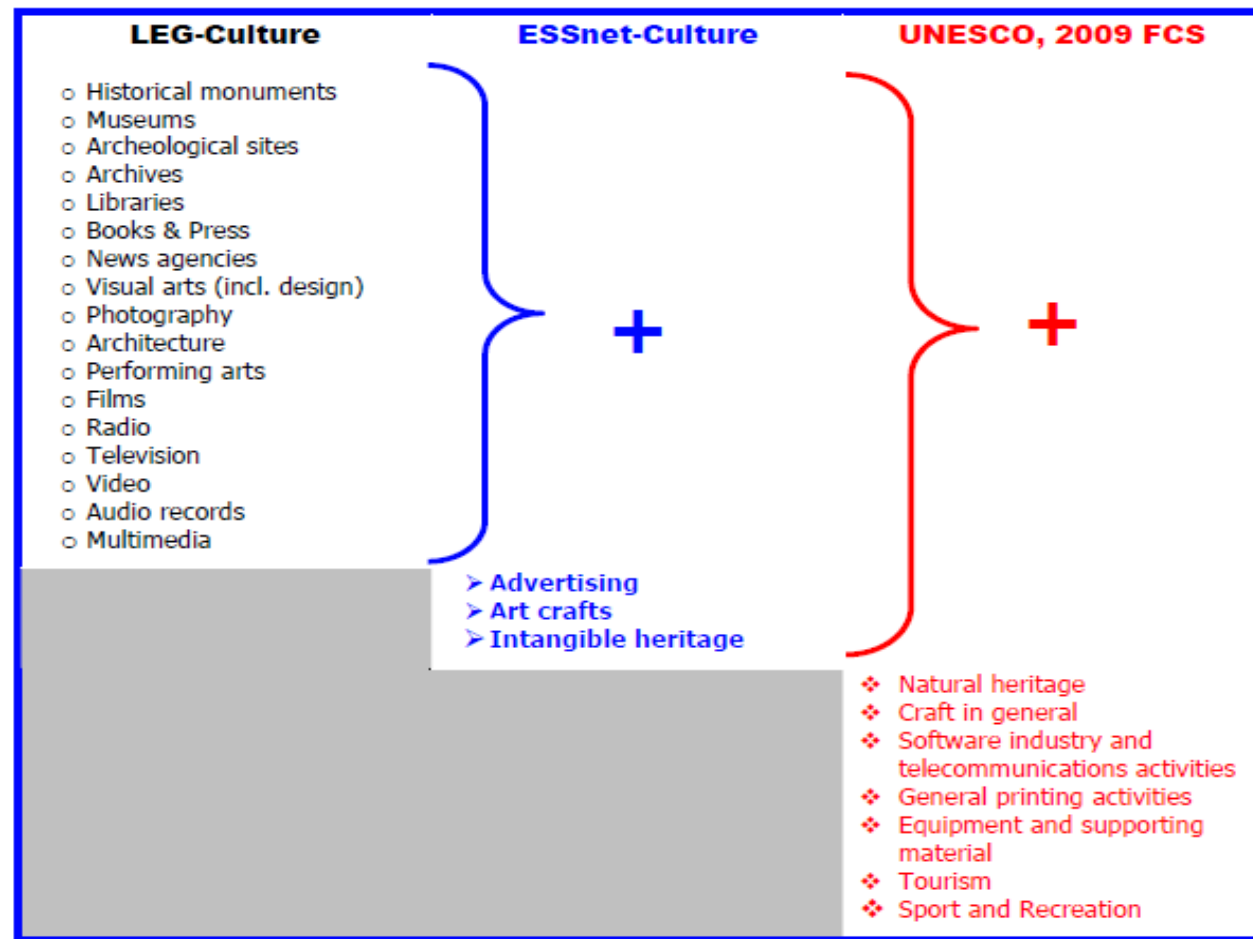
Innovazione organizzativa, di prodotto, di processo

Rigenerazione urbana e sviluppo locale

Concetto chiave: passaggio da “supporto” a “co-produzione di valore”

I SETTORI CULTURALI NELL'ANALISI ECONOMICA

ESTENSIONE DEI
"DOMINI" CULTURALI
NEGLI APPROCCI
EUROSTAT (LEG-
CULTURE ED ESS-NET
CULTURE) E UNESCO



I SETTORI CULTURALI NELL'ANALISI ECONOMICA

EUROSTAT – ESSNET FRAMEWORK ON CULTURE											
10 CULTURAL DOMAINS	6 CULTURAL FUNCTIONS							4 CULTURAL DIMENSIONS			
	CREATION	PRODUCTION/ PUBLISHING	DISSEMINATION/ TRADE	PRESERVATION	EDUCATION	MANAGEMENT/ REGULATION		CULTURAL EMPLOYMENT	CULTURAL EXPENDITURE	CULTURAL CONSUMPTIONS	CULTURAL PRACTICES
	HERITAGE	CULTURAL ACTIVITIES: all types of activities, market and non market; carried out by business, individuals, non profit org., groups						All cultural occupations both in the cultural sectors and in other sectors + all employed persons in the cultural sectors	Public spending	Private spending	To practice To attend and receive To participate in social aspects To volunteer
	ARCHIVES										
	LIBRARIES										
	BOOKS AND PRESS										
	VISUAL ARTS										
	PERFORMING ARTS										
	AUDIOVIS.& MULTIMEDIA										
	ARCHITECTURE										
ADVERTISING											
ART CRAFTS											
STATISTICAL TOOLS: Definitions Nomenclatures	CULTURAL INDUSTRIES: Cultural economic enterprise and organizations market and non market CULTURAL SECTORS: all cultural industries in cultural economic activities according to NACE/CPA 2008						NACE 2008 ISCO 2008 (Cultural Occupation: Cultural ISCO 2008)	COFOG	COICOP		
Main European Sources	SBS, STS, Comext						LFS		HBS	HETUS, SILC, Eurobarometer on Culture, AES	

L'OCCUPAZIONE CULTURALE PER EUROSTAT

SETTORI (NACE)/ PROFESSIONI (ISCO)	Culturali	Non culturali
Culturali	SI	SI
Non culturali	SI	-

E' UN LAVORATORE DELLA CULTURA CHI:

- Lavora in un settore culturale, anche se svolge un lavoro non culturale (es. un contabile che lavora in un teatro)
- Svolge una professione culturale, anche se lavora in un settore non culturale (es. un grafico assunto da una banca)
- Fa una professione culturale in un settore culturale (es. un musicista in un'orchestra)

OCCUPAZIONE CULTURALE = TUTTI I LAVORATORI CHE SODDISFANO ALMENO UNA DELLE DUE CONDIZIONI (SETTORE O PROFESSIONE CULTURALE).

Si tratta dunque di una definizione ibrida settore/professione.

La fonte principale delle informazioni è l'indagine campionaria sulle Forze di Lavoro.

CULTURALE VS CREATIVO

Il concetto di settore o professione creativi è più ampio di quello culturale. Ad esempio, la pubblicità, la moda, le nuove tecnologie, non sono incluse nel perimetro culturale o lo sono solo in parte.

EUROSTAT misura ufficialmente solo la parte culturale, mentre quella creativa è al momento più utilizzata in ambito politico e strategico più che statistico

LE IMPRESE CULTURALI E CREATIVE (ICC)

ICC: attività economiche basate sulla produzione di beni e servizi il cui valore deriva in modo significativo da contenuti simbolici e proprietà intellettuale (DCMS, 1998; Howkins, 2001; Throsby, 2001).

Gran Bretagna - Ministero della Cultura (DCMS) 1998 ("Creative Industries Mapping Document")	Commissione Europea 2010 (Green Paper "Unlocking the potential of cultural and creative industries")	UNESCO 2005 (Convenzione sulla tutela della diversità culturale)	Italia - Symbola – Unioncamere 2011 (Io sono Cultura)
Advertising e marketing Architettura Arte e cultura visiva Artigianato artistico Design Moda Film e video Musica Software e videogiochi Public relations Apparecchi radio/TV e media digitali Editoria e stampa	Architettura Archivi, biblioteche e musei Mestieri artistici / arti applicate Audiovisivi (film, TV, videogiochi, multimedia) Patrimonio culturale materiale e immateriale Design (incluso fashion design) Festival e eventi creativi Musica Letteratura / editoria Arti performative (teatro, danza) Editoria e stampa Media/radio Arti visive e visivi digitali	Cinema e arti audiovisive Arti visive e dei media Design e arti applicate Musica Letteratura e pubblicazioni Patrimonio culturale (beni materiali e immateriali) Artigianato culturale	Patrimonio culturale (conservazione, musei, siti) Arti performative e spettacolo dal vivo Produzioni audiovisive e media Letteratura, editoria, libri Musica Architettura, design e moda Grafica e comunicazione visiva Artigianato artistico Packaging creativo e industrial design (in rapporto a eccellenza manifatturiera) Turismo culturale e servizi creativi per il territorio
PRECEDE QUELLO EUROPEO DI CIRCA 8-10 ANNI ED È QUELLO CHE INTRODUCE IL CONCETTO MODERNO DI CREATIVE INDUSTRIES COME DRIVER DI SVILUPPO	MIRA A INDIVIDUARE E MANTENERE UN ELENCO STATISTICO COERENTE PER POLITICHE E INDICATORI; INTEGRA LE ICC NELLE STRATEGIE EUROPEE DI CRESCITA E INNOVAZIONE	SI CONCENTRA PIÙ SUGLI ASPETTI CONCETTUALI CHE CLASSIFICATORI	INTERPRETA IL SISTEMA ICC ANCHE IN RELAZIONE AL CONTESTO NAZIONALE ITALIANO E ALLA MANIFATTURA CULTURALE E CREATIVA

IL CONTO SATELLITE DELLA CULTURA

CSC: è uno strumento statistico collegato ai conti nazionali (di cui è satellite, un'estensione), che permette di misurare in modo sistematico il contributo economico e occupazionale del settore culturale e creativo (trasversale rispetto ai settori tradizionali) all'economia di un paese, in modo coerente e comparabile con altri paesi. Serve alla programmazione delle politiche pubbliche in quanto aiuta a giustificare e quantificare gli investimenti.

PERIMETRO DELLE ATTIVITÀ CULTURALI

Settori (Domini)

- Patrimonio culturale
- Libri e stampa
- Audiovisivo e multimedia
- Arti performative (spettacolo)
- Arti visive
- Architettura
- Pubblicità
- Artigianato artistico

Funzioni

- Creazione
- Produzione
- Distribuzione
- Conservazione
- Formazione

INTEGRAZIONE NEL SISTEMA DEI CONTI

Variabili economiche misurate:

- Produzione
 - Consumi intermedi
 - Valore aggiunto
- Occupazione
 - In attività core
 - In attività di supporto
 - In attività di supporto
- Consumi finali
 - Del settore pubblico
 - Del settore non profit
 - Delle famiglie
- Investimenti in beni durevoli
- Commercio estero

OUTPUT PRINCIPALI

Indicatori chiave:

- Valore aggiunto cultura / PIL
- Occupazione culturale / Totale
- Spesa pubblica in cultura
- Spesa delle famiglie per cultura
- Investimenti in patrimonio
- Bilancia commerciale culturale

GLI IMPATTI MULTIDIMENSIONALI DELLA CULTURA

SVILUPPO ECONOMICO:

contribuiscono al PIL e all'occupazione, rispondono alla domanda interna e attraggono flussi turistici, favoriscono l'innovazione trasversale ai settori

CAPITALE UMANO:

rafforzano gli investimenti in istruzione, sviluppano competenze creative e accrescono la propensione all'innovazione

CAPITALE SOCIALE: rafforzano la coesione sociale e le reti fiduciarie, accrescono l'accettazione della diversità e la fiducia nelle istituzioni

ATTIVITÀ E CONSUMI CULTURALI

BENESSERE SOGGETTIVO:

contribuiscono al mantenimento delle relazioni sociali e della salute intellettuale oltre che al senso di soddisfazione

SVILUPPO LOCALE:

contribuiscono a percorsi di rigenerazione di parti della città o territori specifici, accrescendone il richiamo verso nuovi investimenti

La cultura non è solo un settore produttivo che genera valore aggiunto diretto, ma, grazie alla produzione di nuove idee, ha un effetto sistemico trasversale

CONSISTENZE

I SETTORI CULTURALI NELLE STATISTICHE DI EUROSTAT: IMPRESE

	Imprese culturali 2023		Valore Aggiunto 2023		Occupazione 2024	
	Unità	% su totale	Mil. euro	% su totale	Migliaia	% su totale
EU 27	2.100.000	6,4	201.648	1,9	7.932	3,8
ITALIA	263.567	5,7	23.608	2,0	843	3,5
Francia	378.661	7,3	37.673	2,5	1.274	4,4
Germania	177.101	5,6	51.515	1,8	1.673	3,9
Spagna	192.461	5,5	16.806	2,0	799	3,7

IN BREVE

- Oltre un quarto delle imprese culturali europee opera nelle “Attività creative, artistiche e di intrattenimento” (28,6%), mentre la quota maggiore del valore aggiunto (15,1%) viene dal settore “Stampa e riproduzione di supporti registrati; fabbricazione di strumenti musicali e gioielli”
- Le imprese culturali sono in gran parte PMI (< 250 addetti), fatta eccezione per le “Attività di programmazione e trasmissione”, dove due terzi degli occupati (68,7%) lavoravano in grandi imprese. Le microimprese (<10 addetti) caratterizzano in particolare "Attività fotografiche" (91,8%), “Attività di design specializzato” (82,4%) e “Attività di traduzione e interpretariato” (75,2%)

I SETTORI CULTURALI NELLE STATISTICHE DI EUROSTAT: OCCUPAZIONE

	% di autoimpiego		% lavoratori full-time		% lavoratori t. indeter.		% lav. 1 solo impiego	
	Cultura	Totale	Cultura	Totale	Cultura	Totale	Cultura	Totale
EU 27	31,7	13,6	75,5	81,2	81,9	87,1	92,9	96,0
ITALIA	47,1	20,2	80,4	82,9	83,0	85,3	97,6	99,1
Francia	30,9	13,0	75,7	82,4	71,2	84,6	91,2	95,5
Germania	26,6	7,9	64,3	69,1	83,7	88,6	93,5	95,3
Spagna	31,6	14,5	83,0	86,4	80,1	84,1	93,7	97,3

IN BREVE

- Gli occupati in ambito culturale hanno un profilo in parte diverso da quello degli occupati totali, le donne sono più presenti (49,6% contro 46,4%), lo stesso vale per i giovani (le persone con 30-39 anni sono il 24,5% contro il 22,6%), ma soprattutto sono più presenti i titoli di istruzione più elevati (laureato il 62,3% contro il 38,6%), tuttavia le condizioni di impiego restano più precarie e le retribuzioni mediamente basse;
- Per quanto attiene alla dinamica, il settore più cresciuto è quello delle attività creative, artistiche e di intrattenimento, mentre altri sono in calo (editoria) o stabili (patrimonio culturale, produzioni audiovisive)

I SETTORI CULTURALI NELLE STATISTICHE DI EUROSTAT: PARTECIPAZIONE

	% residenti con 16 e più che hanno svolto almeno una delle seguenti attività culturali (cinema, spettacolo dal vivo, visita musei e siti)		Di cui Cinema		Di cui spettacolo dal vivo		Di cui visite a musei e siti culturali	
	2015	2022	2015	2022	2015	2022	2015	2022
EU 27	63,5	55,2*	nd	nd	nd	nd	nd	nd
ITALIA	46,9	36,8	37,5	27,5	25,3	19,1	26,1	18,0
Francia	77,9	54,4	58,0	40,5	54,8	22,2	53,7	32,4
Germania	73,5	nd	46,6	nd	48,6	nd	49,8	nd
Spagna	58,5	58,5	45,9	36,8	32,7	32,6	34,2	39,2

IN BREVE

- I dati del 2022, relativi all'anno precedente, risentono ancora delle restrizioni causate dal Covid, in futuro potrebbero risentire della contrazione del reddito disponibile, trattandosi di spese non primarie;
- In generale, la partecipazione culturale delle donne è maggiore di quella degli uomini, la partecipazione diminuisce con l'aumentare dell'età e, soprattutto, essa è influenzata positivamente da titolo di studio e reddito (il tasso di partecipazione culturale dei laureati è doppio di quello dei diplomati). Anche vivere in un'area urbana, piuttosto che in un'area rurale, accresce la partecipazione, probabilmente per un problema di offerta.

I SETTORI CULTURALI NEI DATI ISTAT: IMPRESE

	ITALIA imprese	ITALIA Addetti	ITALIA % addetti	ITALIA Addetti medi per impresa	TOSCANA imprese	TOSCANA Addetti	TOSCANA % addetti	TOSCANA Addetti medi per impresa
Attività creative, artistiche e di intrattenimento	43.454	58.138	38%	1,3	3.147	3.926	48%	1,2
Biblioteche, Archivi, Musei	1.299	13.590	9%	10,5	135	1.551	19%	11,5
Editoria	5.002	31.990	21%	6,4	560	1.410	17%	2,5
Produzioni cine- video-musicali	10.022	34.370	23%	3,4	485	870	11%	1,8
Trasmissioni radio-tv	1.383	12.945	9%	9,4	78	360	4%	4,6
TOTALE	61.160	151.033	100%	2,5	4.405	8.117	100%	1,8

I SETTORI CULTURALI NEI DATI ISTAT: ISTITUZIONI NON PROFIT

	Istituzioni - Attività culturali e artistiche 2023	Istituzioni - Totali 2023	Dipendenti - Attività culturali e artistiche 2023	Dipendenti - Totali 2023
ITALIA – Valori Assoluti	56.889	368.367	23.200	949.200
TOSCANA – Valori assoluti	4.350	26.937	2.599	57.419
ITALIA % culturale su totale	15,4%		2,4%	
TOSCANA % culturale su totale	16,1%		4,5%	

IL CONTO SATELLITE DELLA CULTURA NELLE STIME IRPET

IRPET HA ADOTTATO UN APPROCCIO CULTURALE IN SENSO STRETTO

DOMINI ESS-net	Sotto-classificazione IRPET	UL	ADDETTI	VA (mln) (al costo dei fattori)
1. Patrimonio	Musei, aree archeologiche, monumenti, giardini storici	649	5.491	136,7
2_3. Archivi e Biblioteche	Archivi e Biblioteche	438	2.043	45,3
4. Libri e stampa	Editoria (libri, riviste, periodici, quotidiani e altra editoria)	363	1.323	105,2
4. Libri e stampa	Stampa (stampa di giornali e altra stampa)	1.024	5.122	207,5
4. Libri e stampa (5. Arti visive)	Attività creative (scrittori, artisti, ecc.)	1.262	1.547	37,6
4. Libri e stampa	Vendita libri	364	1.151	42,6
6. Arti dello spettacolo	Spettacolo dal vivo (rappresentazioni e attività di supporto)	1.591	3.882	158,6
7. Audiovisivi e multimedia	Audio, video, cinema, trasmissioni radio e TV	501	1.314	48,8
999. Altre attività culturali	Gallerie d'arte	147	274	9,3
999. Altre attività culturali	Formazione culturale (scuole musica, danza, arte)	399	940	12,0
	TOTALE	6.738	23.087	803,6
	<i>% su totale regionale</i>	-	1,4%	0,7%

IMPATTI

PERCHÉ E COSA VALUTARE?

PERCHÉ VALUTARE:

- per rendicontare come vengono spese le risorse pubbliche;
- per confrontare le ricadute di interventi alternativi;
- per attrarre risorse pubbliche e private

COSA VALUTARE:

- Impatto economico diretto di un investimento, di un festival, di una mostra (numero di biglietti venduti, numero di addetti coinvolti, fatturato, ecc.);
- Impatto economico indiretto e indotto di un investimento, un festival, una mostra (spesa per alloggio e ristorazione, spese di trasporto, moltiplicatori economici, ecc.);
- Impatto sociale su inclusione e coesione, su accessibilità ai consumi da parte di popolazione marginale, su senso di appartenenza, ecc.
- Impatto su benessere e salute individuali (cultura come contributo a stili di vita sani)
- Impatto su qualità urbana, inteso come recupero di spazi abbandonati, ma anche attivazione di nuove economie, creazione di brand territoriali, ecc.

ESEMPIO 1: IL CASO DI MATERA CAPITALE EUROPEA DELLA CULTURA

IL TITOLO

Attivo dal 1985 e gestito dalla Commissione Europea, ogni anno premia 2 città sulla base di un ricco programma culturale. E' occasione di visibilità internazionale



LA VALUTAZIONE (Report CITYO, 2021):

- Utilizzo dell'approccio Input/Output (tavole intersettoriali dell'economia) per stimare i moltiplicatori di spesa e quantificare le ricadute economiche;
- Stima dei moltiplicatori, cioè il rapporto tra la spesa iniziale e il valore aggiunto totale generato, per diversi ambiti;
- TURISMO, 1 euro speso dai turisti genera 1,85 euro di impatto;
- PRODUZIONE CULTURALE, ogni euro speso ne genera 2;
- INVESTIMENTI IMMOBILIARI A USO TURISTICO, ogni euro genera 1,5 euro di impatto;
- Alla fine si calcola il valore aggiunto complessivo generato

ESEMPIO 2: IL CASO DELLA VIA FRANCIGENA IN TOSCANA

L'INTERVENTO

Regione Toscana è stata capofila di un progetto interregionale, con risorse europee, di messa in sicurezza e valorizzazione della Via Francigena, quale itinerario storico-religioso-culturale (*Cultural Routes* del Consiglio d'Europa). E' prevista anche la candidatura al riconoscimento UNESCO

LA VALUTAZIONE (IRPET, 2021):

- Utilizzo di un approccio controfattuale di tipo geografico, che confronta le presenze turistiche pre e post intervento, tra gruppi di Comuni simili (piccoli, rurali, ecc.), attraversati («trattati») e non attraversati («controlli») dalla Via Francigena;
- Lo studio stima circa 615mila presenze in più nel decennio 2009-2019 attribuibili agli investimenti sulla Via Francigena, con un differenziale di crescita positivo tra Comuni attraversati (+0,65%) rispetto ai non attraversati, e con impatto maggiore per le strutture ricettive più vicine all'infrastruttura.



ESEMPIO 3: LE ATTIVITÀ CULTURALI PER GLI ANZIANI

IL PROGETTO

Tema di grande attualità è la misurazione degli impatti dei consumi culturali su benessere e salute.

Nel 2024 è stata realizzata una valutazione di tipo controfattuale sugli anziani inclusi nei progetti culturali finanziati da Regione Toscana e Fondazione Cassa di Risparmio di Firenze, in particolare su tre progetti: OverArt dell'Associazione L'immaginario, Passeggiate Fiorentine della Fondazione CRF e Dance Well, Arte e Coro della Fondazione Fresco Parkinson.

LA VALUTAZIONE (IRPET, 2025):

- Utilizzo di un approccio controfattuale di tipo quasi sperimentale, in cui al gruppo dei trattati (150 partecipanti ai progetti, con caratteristiche socio-economiche simili) viene somministrato un questionario pre-trattamento, poi il trattamento (1 incontro di presentazione, 3 incontri di attività, 1 incontro conclusivo) e quindi un questionario post-trattamento. Viene inoltre individuato un gruppo di controllo, di 200 casi, con caratteristiche socio-economiche simili, adatte a fare il match, cui vengono ugualmente sottoposti questionari pre e post;
- Il questionario pre rileva caratteristiche socio-anagrafiche, stili di vita e percezione della salute, il questionario post ripete solo le domande sulla percezione della salute, i due questionari vengono «agganciati» con un codice; i questionari utilizzabili sono 96 per trattati e 185 per controlli;
- L'analisi della relazione causale, statisticamente significativa, evidenzia che i consumi culturali agiscono in primo luogo sul benessere psicologico, e tramite questo, sulla componente fisica della salute; inoltre gli effetti positivi sono maggiori per i soggetti con condizioni iniziali più svantaggiate (minore accesso al consumo, minor benessere psicologico), quindi i consumi culturali contribuiscono a uno stile di vita sano

ESEMPIO 4: IL WELFARE CULTURALE IN CARCERE

IL PROGETTO

Regione Toscana, in collaborazione con il PRAP (Ministero della Giustizia), organizza le attività trattamentali con finalità rieducativa a favore dei detenuti. Rispetto alle attività di istruzione e formazione, quelle culturali-ricreative sono meno strutturate, ma hanno ormai una lunga tradizione, con alcuni risultati di rilevanza internazionale (la Compagnia teatrale del carcere di Volterra). Per la prima volta viene costruito un progetto di valutazione degli impatti sui partecipanti.

LA VALUTAZIONE (IRPET, 2026):

- Nell'impossibilità di utilizzare un approccio controfattuale, si ricorre ad un questionario di autopercezione, da parte dei detenuti partecipanti ai corsi, rispetto a 3 ambiti comportamentali (l'autostima, le relazioni sociali, la salute). Il questionario è ispirato ai questionari psicologici standardizzati di *Life Effectiveness* e utilizza le scale di *Likert*;
- Lo studio si basa sulla somministrazione di 103 questionari ai detenuti e 20 agli operatori di supporto dei penitenziari;
- L'impatto principale percepito è di tipo psicologico sull'autostima, i laboratori culturali favoriscono la ricostruzione della fiducia in sé stessi, e in questo modo facilitano anche la costruzione di nuove relazioni interpersonali e l'adozione di comportamenti socialmente accettabili. Più debole e indiretto è l'impatto sulla percezione dello stato di salute

IMPORTANZA E COSTI DELLA VALUTAZIONE DEGLI IMPATTI DELLA CULTURA

- In contesti socio-economici a risorse scarse, la valutazione delle ricadute delle attività/politiche culturali assume una valenza strategica, perché legittima la richiesta di risorse pubbliche e private;
- La valutazione degli impatti è un termine molto generale, che include finalità (impatti economici, impatti sociali, impatti territoriali, ecc.) e tecniche molto diverse (input/output, analisi costi/benefici, analisi controfattuale, analisi multicriteria, ecc.);
- Non sempre le valutazioni più rigorose dal punto di vista statistico sono possibili, per problemi di raggiungibilità dei soggetti, di loro numerosità, ma anche di costi e tempi di rilevazione;
- Occorre dunque diversificare le tecniche di valutazione in base ai progetti, la rendicontazione di risorse impiegate, attività erogata e utenti serviti può essere il livello informativo base, cui si possono via via aggiungere rilevazioni sull'autopercezione/soddisfazione dei partecipanti, opinioni degli operatori e, solo in alcuni casi, valutazioni controfattuali;
- Si evidenzia, infine, che per i progetti culturali che mirano all'inclusione, un aspetto cruciale è costituito dalle modalità di realizzazione (approccio inclusivo e continuativo)