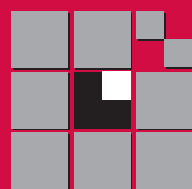


OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE

RELAZIONE ANNUALE
2008



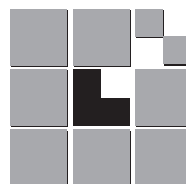
OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE



ISTITUTO DI RICERCHE ECONOMICHE SOCIALI DEL PIEMONTE

OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE

RELAZIONE ANNUALE
2008



OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE



ISTITUTO DI RICERCHE ECONOMICHE SOCIALI DEL PIEMONTE

OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE

Soci sottoscrittori del Protocollo d'Intesa

Regione Piemonte

Provincia di Torino

Città di Torino

IRES

Compagnia di San Paolo

Fondazione Cassa di Risparmio di Torino

AGIS

Fondazione Fitzcarraldo

Sede istituzionale: IRES - via Nizza 18, 10125 Torino

Tel. 011.66.66.451, Fax 011.66.96.012, e-mail segreteria@ires.piemonte.it

Sede operativa: Fondazione Fitzcarraldo - corso Mediterraneo 94, 10129 Torino

Tel 011.58.06.027, Fax 011.50.33.61, e-mail ocp@fitzcarraldo.it

Direttore dell'Osservatorio Culturale del Piemonte

Luca Dal Pozzolo

RELAZIONE ANNUALE 2008

Redazione a cura di Fondazione Fitzcarraldo

Damiano Aliprandi, Alessandro Bollo, Luisella Carnelli, Luca Dal Pozzolo, Cristina Favaro,
Maria Giangrande, Silvia Urti, Lucia Zanetta

Elaborazioni cartografiche

Maria Giangrande, Gianluca Sabena, Lucia Zanetta

Ufficio Editoria dell'IRES

Maria Teresa Avato, Laura Carovigno

Impaginazione

Edit 3000

Si ringraziano per la collaborazione

Regione Piemonte

Assessorato alla Cultura, Patrimonio linguistico e Minoranze linguistiche, Politiche giovanili,
Museo Regionale di Scienze Naturali - Direzione 18 Cultura

Provincia di Torino

Assessorato alla Cultura e turismo – Area Relazioni e Comunicazione - Servizio
Programmazione e Gestione Beni e Attività Culturali, Assessorato al Bilancio, Personale,
Relazioni internazionali – Area Risorse Finanziarie – Servizio Bilancio e Reporting Economico
e Finanziario

Città di Torino

Assessorato alla Cultura e al 150° dell'Unità d'Italia
Divisione Cultura, Comunicazione e Promozione della Città

Ministero per i Beni e le Attività Culturali
Direzione Generale per lo spettacolo dal vivo, Direzione Generale per il bilancio e la
programmazione economica, la promozione, la qualità e la standardizzazione delle procedure

Compagnia di San Paolo

Fondazione Cassa di Risparmio di Torino

AGIS

AIE-Associazione Italiana Editori

Associazione Torino Città Capitale Europea

Consulte per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali di Alessandria,
Fossano, Savigliano e Torino

Cooperativa Eta Beta

Fondazioni delle Casse di Risparmio di Alessandria, Asti, Biella, Bra, Cuneo, Fossano, Saluzzo,
Savigliano, Tortona, Vercelli

ISTAT

Osservatorio Fondazioni - Associazione delle Fondazioni delle Casse di Risparmio Piemontesi
Sviluppo Piemonte Turismo

Sistema Bibliotecario Urbano della Città di Torino

Si ringraziano inoltre:

Massimo Beretta Liverani, Salvatore Bonassoro, Patrizia Bonino, Paola Cerutti, Marco Chiriotti,
Cecilia Cognigni, Stefania Coni, Silvia Crivello, Luca Davico, Dario Disegni, Francesco De Biase,
Daniela Formento, Patrizia Garrone, Raffaella Gatto, Carla Gatti, Paola Gatti, Maria Piera Genta,
Cristina Giacobino, Francesca Leon, Francesca Liotta, Walter Martiny, Cristina Mecchia,
Claudio Merlo, Paolo Messina, Maria Mina, Roberto Morano, Fabio Naggi, Marco Orlando,
Patrizia Picchi, Eugenio Pintore, Morena Rabottini, Maria Luisa Re Fiorentin, Simona Ricci,
Piera Sartore, Vincenzo Simone, Luca Staricco, Francesco Vergnano

e un ringraziamento particolare a tutti gli operatori culturali per la loro collaborazione

Il gruppo di ricerca che ha lavorato alla Relazione Annuale 2008 è formato da
Damiano Aliprandi, Alessandro Bollo, Chiara Bonaudo, Luisella Carnelli, Luca Dal Pozzolo,
Cristina Favaro, Elisa Floredan, Maria Giangrande, Simona Martini, Renata Pintor,
Silvia Urti, Lucia Zanetta.

Il coordinamento scientifico è a cura di Luca Dal Pozzolo.

Il coordinamento tecnico e redazionale è a cura di Cristina Favaro.

La rilevazione dati è a cura di Maria Giangrande e Lucia Zanetta.

Tutti i dati pubblicati sono aggiornati al 30 giugno 2009. Eventuali variazioni pervenute dopo tale
data verranno rese disponibili e comunicate nel sito Internet dell'Osservatorio Culturale del
Piemonte e rettificata nella Relazione Annuale successiva.

INDICE

Prefazione	VII
Presentazione	IX
CAPITOLO 1	
<i>Consumi culturali</i>	1
1.1 Musei e beni culturali	2
1.2 Spettacolo dal vivo	6
1.3 Esercizio cinematografico	11
1.4 Biblioteche civiche	12
CAPITOLO 2	
<i>Risorse per la cultura</i>	67
2.1 Risorse pubbliche per la cultura	68
2.2 Risorse private per la cultura	72
2.3 Dimensione economica della cultura in Piemonte	73
2.4 Dimensione occupazionale	74
CAPITOLO 3	
<i>Produzione culturale</i>	93
3.1 Industria dei contenuti	94
3.2 Spettacolo dal vivo	108
3.3 Biblioteche civiche	114
OSSERVAZIONI CONCLUSIVE	143
BIBLIOGRAFIA	153

P R E F A Z I O N E

La Relazione dell'Osservatorio Culturale presenta i dati relativi al 2008, quando ancora non erano evidenti le conseguenze che la crisi finanziaria mondiale avrebbe avuto sull'economia italiana e in particolare le ripercussioni sulle politiche d'investimento. Nel capitolo conclusivo, però, il quadro generale viene riletto alla luce delle nuove condizioni e si sottolinea la complessità della realtà piemontese, caratterizzata negli ultimi dieci anni da un forte impegno in campo culturale.

Gli studi confermano, nel complesso, un lieve calo degli investimenti sia pubblici sia privati tra il 2006/2007 e il 2007/2008; diminuzione che, per certi aspetti, si colloca nel profilo di progressivo assestamento dopo i notevoli impulsi che hanno preceduto e accompagnato le Olimpiadi Invernali, ma che per altri è sintomo di una progressiva sottrazione di fondi, anche da parte dello Stato, al settore culturale.

I dati relativi al Piemonte confrontati a livello nazionale sono più che buoni ma se la comparazione si estende ad altre realtà europee che come il Piemonte hanno investito in cultura – pur avendo un patrimonio sicuramente meno imponente – il quadro che si presenta è assai meno confortante.

Da evidenziare, comunque, non solo come sia cambiata nell'immaginario collettivo la percezione del nostro territorio e come si siano modificate le abitudini culturali dei cittadini in questi anni, ma come tale diverso habitus si sia mantenuto e consolidato anche nel periodo post olimpico: ne sono prova la sempre ampia partecipazione agli eventi, la maggiore spesa pro capite destinata alle differenti attività culturali, l'aumento costante degli abbonamenti alla Carta Musei.

Le prime avvisaglie di crisi, però, hanno fatto emergere quanto sia ancora fragile il pur ampio consenso alla politica per la rivalutazione del patrimonio architettonico, paesaggistico e culturale.

Le rilevazioni complessive e disaggregate relative ai finanziamenti, alle attività svolte e ai progetti realizzati sono indispensabili non solo per poter valutare la ricaduta delle scelte operate e il rapporto tra costi e benefici, ma per compiere le scelte future.

Il 2009 si pone a metà del percorso tra il 2006, anno olimpico, e il 2011, data del centocinquantesimo dell'Unità d'Italia, evento, quest'ultimo, che rischia di essere notevolmente ridimensionato in rapporto alle aspettative.

Se si può affermare in gran parte raggiunto l'obiettivo di affiancare alla tradizionale componente industriale del nostro territorio quella immateriale della conoscenza, con altrettanta consapevolezza si deve confermare l'impegno nel presente e nell'immediato futuro per consolidare tale risultato se non addirittura per ampliarlo.

È innegabile che la precaria situazione locale – determinata dalla riduzione di contributi statali, da una minore capacità di accantonamento di risorse da parte delle Fondazioni bancarie, sino ad ora pilastri fondamentali per la cultura regionale, dalle difficoltà di bilancio degli enti pubblici, da un sempre più difficile reperimento di sponsor e da un'ulteriore contrazione degli introiti da sbigliamentamento – risulti ul-

P R E F A Z I O N E

teriormente aggravata dalla crisi economica mondiale di cui si fatica a comprendere la reale dimensione e il possibile sviluppo.

Le scelte politiche che dovranno essere affrontate richiedono, quindi, lucidità, determinazione, chiarezza e trasparenza, condizioni necessarie a costruire un consenso più generalizzato dell'opinione pubblica nella consapevolezza che non sarà il drastico contenimento della spesa culturale a ridimensionare i debiti pubblici.

Gli operatori dei diversi settori dovranno essere richiamati a una reale collaborazione, a una franca valutazione del pregresso, a un'attenta programmazione che vigili sulla spesa e sulla efficacia dei risultati senza porre a rischio i posti di lavoro.

Nella consapevolezza delle difficoltà che il futuro prossimo ci riserva, il nostro impegno sarà rivolto a non disperdere quanto conquistato e a non interrompere la crescita culturale del nostro territorio; impegno questo che richiede la collaborazione di tutti: Stato, Province, Comuni, Fondazioni, Consulte, sistema delle imprese, operatori del settore e ovviamente i cittadini.

Gianni Oliva
Assessore alla cultura
Regione Piemonte

P R E S E N T A Z I O N E

La presentazione della Relazione annuale dell'Osservatorio Culturale è avvenuta quest'anno a poca distanza dalla presentazione della Relazione annuale dell'IRES Piemonte sulla situazione socio-economica della regione. Con questa condivide la difficoltà di fare i conti con un 2008 a due velocità, in cui andamenti piuttosto positivi nella prima parte dell'anno sono stati messi radicalmente in discussione dagli eventi degli ultimi mesi, che hanno visto manifestarsi una crisi grave e ancora lontana dalla conclusione (una delle presentazioni della Relazione IRES è avvenuta in collaborazione con la direzione regionale della Banca d'Italia, la cui prognosi condividiamo).

La crisi in corso pone gravi problemi contingenti che esigono risposte rapide, ma questo non deve far dimenticare due rischi maggiori: quello dell'aggravarsi di altri problemi da tempo irrisolti, quello del rimettere in discussione acquisizioni che sembravano consolidate.

Tra queste ci sono le strategie volte alla diversificazione dell'economia piemontese. Che la diversificazione possa costituire per il Piemonte un punto di forza risulta confermato dalla crisi: si pensi all'andamento positivo dei flussi turistici in un periodo di gravi difficoltà economiche. Il fatto che il turismo pesi in Piemonte più che in passato è certo dovuto in qualche misura ai risultati delle politiche culturali degli ultimi anni; ma è difficile pensare che le politiche culturali non debbano avere in generale un'influenza considerevole in un'economia che vuole orientarsi alla conoscenza e ai servizi. Senza contare che possono contribuire, migliorando la qualità della vita, a evitare una divaricazione, che studiosi specialmente francesi vedono da qualche anno con preoccupazione, tra "geografia della produzione" e "geografia del reddito" o, per dirla con una battuta, tra regioni che producono e regioni che si divertono.

Strategie come quelle volte alla diversificazione del sistema si sono accompagnate in Piemonte con l'affermarsi di una governance pluralistica e cooperativa e di una fitta rete di interazioni organizzative, di cui OCP è un buon esempio.

Questo tipo di governance è stata già criticata in passato: perché costosa in termini finanziari; perché lenta nei processi decisionali; perché poco trasparente dal punto di vista dell'attribuzione di competenze e responsabilità. Tali critiche si rafforzano naturalmente in un periodo di crisi, in cui le risorse disponibili diminuiscono e i tempi di reazione devono essere rapidi, con il solito rischio di buttar via il bambino con l'acqua sporca e, nel nostro caso, di considerare la cultura come un ornamento di cui si può fare a meno quando i tempi diventano duri.

Naturalmente, nel campo delle politiche culturali c'è molto da cambiare: l'eccesso di eventi, il moltiplicarsi di organizzazioni troppo gracili e troppo poco vitali, gli investimenti iniziali anche massicci in iniziative che poi non si sa bene come mantenere decentemente.

Ma la razionalizzazione in questo campo ha senso ad alcune condizioni. Che le organizzazioni interessate, singolarmente e come rete, vengano coinvolte: si tratterebbe oltretutto di un buon test della so-

PRESENTAZIONE

lità della governance pluralistica e cooperativa di cui abbiamo parlato. Che, nei limiti del possibile, si mettano in atto tecniche di valutazione attendibili e trasparenti. Infine, che i decisori responsabili dell'allocazione delle risorse non pensino alla leggera in termini di "superfluo" e di "spreco".

Nella letteratura organizzativa americana c'è un concetto, quello di *slack*, difficile da tradurre perché il suo significato è ambivalente: *slack* è la risorsa ridondante di cui si può a rigore fare a meno, ma è anche la preziosa riserva da mobilitare in caso di necessità. L'idea da trasmettere è che tra i beni, servizi e attività di cui ci occupiamo in questa Relazione, e in particolare tra quelli che non sembrano direttamente produttori di valore, ce ne sono alcuni che possono essere senza troppi rimpianti tagliati, ma ce ne sono altri che costituiscono risorse, magari nascoste, non ancora abbastanza sfruttate.

Angelo Pichierrì
Presidente
IRES Piemonte

1.1 MUSEI E BENI CULTURALI

A due anni dalle Olimpiadi Invernali si può affermare che l'impatto generato dai Giochi non si sia concluso con l'esaurirsi della spinta mediatica connessa all'evento ma, al contrario, abbia avuto l'effetto di accelerare processi di crescita già in atto in Piemonte, in particolare nell'area metropolitana di Torino. Tale crescita ha interessato, tra l'altro, le visite a musei e beni culturali: dal 2001 al 2008 i musei del Sistema Museale Metropolitan sono passati da 1,8 milioni di ingressi a più di 3 milioni, ma l'aumento più significativo si è verificato proprio negli ultimi anni: dal 2005, l'anno che precede i Giochi, al 2008 l'incremento registrato è stato di ben 900.000 ingressi. Se, in termini assoluti, il Piemonte resta distante dalle principali Regioni turistiche italiane (Veneto, Toscana, Lazio), i dati sulla domanda evidenziano una dinamica di crescita che ha pochi eguali sul territorio nazionale. Confrontando i risultati conseguiti nel 2008 con i primi anni duemila, infatti, si rivela un aumento superiore al 40% per le presenze e al 37% per gli arrivi. L'area metropolitana contribuisce in modo centrale allo sviluppo turistico regionale segnando, a due anni dalle Olimpiadi Invernali, un incremento del 22% delle presenze e di quasi l'8% degli arrivi nel periodo 2007-2008. Va ricordato, inoltre, che tali statistiche non restituiscono la piena dimensione del fenomeno, in quanto non comprendono segmenti importanti della domanda complessiva come, ad esempio, gli escursionisti (ovvero coloro che compiono uno spostamento in una località diversa dal proprio Comune di residenza senza pernottamenti e quindi entro le 24 ore). Il quadro complessivo, dunque, si caratterizza per un andamento di segno positivo. Anche se solo nel medio-lungo periodo potranno essere raccolte informazioni più precise per descrivere in modo

dettagliato i fenomeni e interpretarli, i dati fin qui raccolti sembrano sufficienti per alcune considerazioni generali sul ruolo svolto dall'offerta museale all'interno delle dinamiche sopra descritte.

Il collegamento tra l'incremento di domanda turistica e la crescita del pubblico nei musei e nei beni culturali emerge con maggiore evidenza quando si analizzano la composizione e la provenienza dei turisti culturali. Tra le venti principali destinazioni turistiche italiane, Torino si posiziona ai primi posti per presenze di visitatori provenienti da altre Regioni italiane, mentre risulta ancora debole il tasso di internazionalizzazione dei flussi. Tale dato trova riscontro nei risultati emersi dall'*Indagine sul pubblico dei musei piemontesi* realizzata dall'Osservatorio Culturale¹ tra il 2007 e il 2008: rispetto al 2001, anno a cui risale l'analoga indagine *Il pubblico di mostre e musei in Piemonte nel 2001*, si è triplicata la quota percentuale di visitatori provenienti da fuori Regione e in particolare dall'estero, tanto che la componente extra-regionale rappresenta il 56% del pubblico monitorato. La crescita del pubblico del Sistema Museale Metropolitan, inoltre, dimostra che l'aumento di turisti provenienti dal resto d'Italia e dall'estero non ha eroso ma, al contrario, si è sommato alla domanda locale, torinese e regionale, che, come si dirà più avanti, continua a costituire un'importante risorsa anche in chiave di sviluppo futuro del sistema. Relativamente all'incidenza della domanda extra-regionale, si è stimato che nell'area metropolitana il rapporto tra "turisti museali" e arrivi – escludendo, quindi, gli escursionisti – sia di circa 0,5; in altre parole, un turista su due che arriva a Torino visita almeno un museo/bene culturale del territorio².

Se il turismo culturale si consolida e aumenta per quanto riguarda sia il pubblico locale sia quello esterno, ciò è anche in relazione alla presenza di un'offerta di musei e beni culturali che si è dimostrata capa-

¹ http://www.ocp.piemonte.it/PDF/prog_realizzati/pubblico_musei_2008.pdf.

² La stima è stata realizzata dall'OCP a partire dai dati sulla provenienza e sui tempi di permanenza dei visitatori dei musei nell'ambito della ricerca *Indagine sul pubblico dei musei piemontesi* (2008).

ce di “alimentarlo” e, come emerge dall’indagine OCP relativamente ai livelli di fidelizzazione del pubblico nei singoli musei, di mantenere vivo l’interesse. Tale considerazione trova conferma nei risultati dell’indagine sulla *customer satisfaction* dei visitatori di Torino, promossa nel 2008 da Sviluppo Piemonte Turismo³, che ha rivelato come il 76% del campione intervistato si dichiara pienamente soddisfatto della visita ai musei del territorio. Nel loro complesso, quindi, tutti gli elementi conoscitivi emersi dalle indagini e dai monitoraggi convergono nell’evidenziare come gli investimenti degli ultimi anni per il recupero e la valorizzazione di beni e siti di interesse culturale stiano dando i loro frutti, come dimostra la capacità dell’offerta museale metropolitana di soddisfare un pubblico quantitativamente sempre più importante e una domanda sempre più attenta ed esigente. Di qui, la necessità di continuare il percorso evitando il verificarsi del cosiddetto “effetto intermezzo”, ovvero quella situazione di allentamento della tensione conseguente alla conclusione di un grande evento (come le Olimpiadi) che comporta un ridimensionamento dell’interesse generale e una flessione del pubblico una volta cessata la fase di spinta mediatica.

L’elemento che ha maggiormente caratterizzato il 2008 è stato, senza dubbio, il successo di pubblico registrato dalla Reggia di Venaria Reale: nell’arco di due anni, infatti, il sito è passato da circa 67.000 a quasi 700.000 ingressi, diventando il bene culturale più visitato della Regione. Tuttavia, se tale exploit non giunge completamente inaspettato, le indagini sul pubblico della Reggia restituiscono una serie di elementi conoscitivi che aiutano a collocare il “fenomeno Venaria” nella più ampia prospettiva di crescita del Sistema Museale Metropolitano nel suo complesso. Le indagini sul pubblico della Venaria Reale condotte nel 2008⁴, infatti, hanno rilevato la netta prevalenza di

visitatori provenienti dal bacino torinese e da quello regionale. Tale dato si spiega con quel processo di riscoperta e di riappropriazione del patrimonio di beni culturali da parte della popolazione locale che costituisce forse il più decisivo impatto generato dall’evento olimpico. La forte presenza di pubblico locale alla Reggia concorre a rafforzare l’ipotesi che la crescita dell’offerta di musei, di iniziative e di eventi che ha caratterizzato l’area torinese negli ultimi anni non abbia generato ricadute solo nei confronti del turismo extra-regionale ma sia anche riuscita a costruire una domanda interna altrettanto forte, esigente e dinamica: si possono citare a tale proposito i circa 23.000 visitatori registrati dal MAO-Museo di Arte Orientale di Torino nel solo mese di dicembre⁵ – a cui vanno aggiunti i circa 121.000 ingressi alla mostra “Il Celeste Impero” allestita al Museo di Antichità che ha presentato una parte delle collezioni del MAO –, i 53.000 ingressi alla mostra temporanea del Museo Nazionale dell’Automobile presso Torino Esposizioni o, spingendosi fuori dell’area metropolitana, la crescita di pubblico al Castello di Masino nel Canavese e l’affluenza all’esposizione delle collezioni Guggenheim a Vercelli. Il Sistema Museale Metropolitano, quindi, non solo si sta dimostrando uno dei fattori trainanti per lo sviluppo turistico di Torino e del Piemonte ma è riuscito altresì nel non facile compito di stimolare l’attenzione di una domanda locale che continua a crescere in termini quantitativi, come dimostrano i positivi dati di acquisto dell’Abbonamento Musei e delle altre tipologie di tessera di libero accesso, come la Torino + Piemonte Card.

Il quadro sintetico presentato, per quanto favorevole, non deve indurre a ritenere agevole o, addirittura, automatico il perseguimento di quegli obiettivi di ulteriore sviluppo da tutti auspicati. Per quanto riguarda l’offerta museale, l’incremento di pubblico che po-

³ Cristina Bergonzo (a cura di), *Turismo in Piemonte*, intervento all’interno del seminario di studi *Turismo e musei in Piemonte: un bilancio*, Torino 18 maggio 2009, disponibile all’indirizzo Internet: http://www.ocp.piemonte.it/PDF/prog_realizzati/turismomusei_bergonzo.pdf.

⁴ Cfr. Osservatorio Culturale del Piemonte, *Indagine sul pubblico dei musei piemontesi*, 2008.

⁵ Il museo è stato inaugurato il 4 dicembre 2008.

trebbe essere generato da adeguate strategie di marketing rivolte ai mercati esteri – ad oggi di rilevanza ancora contenuta – si scontrerebbe con la capacità di “assorbimento” di quei musei che sono indiscutibilmente riconosciuti come le mete imperdibili per il turismo di scoperta: in particolare, il Museo Egizio e il Museo Nazionale del Cinema sembrano essersi ormai assestati su soglie alte di pubblico. D'altra parte, con una Reggia di Venaria a pieno regime, la rosa delle *flagship* risulterebbe fortemente potenziata, a condizione, però, di un'attenta programmazione dei flussi turistici e di un miglioramento della logistica, così da superare la criticità dei collegamenti tra il centro di Torino e la residenza sabauda.

Rispetto alla domanda interna, invece, i dati sulle affluenze nel 2008 indicano chiaramente che la capacità di programmazione di attività e iniziative da parte dei musei viene generalmente premiata in termini di pubblico, come nel caso del Borgo Medievale e del Museo Regionale di Scienze Naturali; laddove invece gli eventi hanno subito una riduzione rispetto agli anni precedenti, si registra un'immediata flessione degli ingressi. È evidente che se la capacità di mantenere elevato il livello di fidelizzazione del pubblico locale dipende dalla possibilità di sviluppare ogni anno un'adeguata programmazione di iniziative, il tema delle disponibilità economiche e finanziarie assume un'importanza non solo contingente ma di prospettiva strategica per la sostenibilità del sistema complessivo. D'altro canto, la riapertura di alcuni musei programmata per i prossimi anni – come il Museo Nazionale dell'Automobile, il Museo Nazionale del Risorgimento, la Palazzina di Caccia di Stupinigi – e il significativo ampliamento di altri – come nel caso del Museo Egizio, in seguito al trasferimento della Galleria Sabauda – contribuiranno ad alimentare l'attenzione del pubblico per il patrimonio museale.

Anche sul resto del territorio regionale le variazioni annuali di pubblico per i singoli musei e beni cultura-

li monitorati dipendono in larga parte dall'efficacia delle attività espositive e collaterali organizzate. Si può ipotizzare, come si è accennato in precedenza, che esista un fenomeno di interessamento del pubblico torinese nei confronti di eventi realizzati nel resto del territorio regionale e considerati come opportunità di arricchimento culturale – oltre che come occasione di “gita fuori porta”. Si tratta, tuttavia, di una dinamica che sembra limitata solo a quelle iniziative che si distinguono maggiormente per l'innovatività della proposta, come nel caso delle collezioni Guggheheim a Vercelli o delle mostre organizzate nel Filatoio di Caraglio. In entrambi i casi si è registrato infatti un pubblico composto per circa un terzo proprio da visitatori provenienti da Torino e dalla sua Provincia⁶. Tale fenomeno di “nomadismo inter-provinciale”, invece, non si riscontra per le altre Province, dove i dati sugli ingressi relativi ai musei e beni culturali indicano come il loro bacino di utenza raramente superi i confini locali. Da tale considerazione, tuttavia, non vanno tratte conclusioni affrettate e negative sulla presunta incapacità di musei e beni culturali piemontesi di attrezzarsi come destinazioni turistiche. Limitandosi ai dati sul pubblico, infatti, si rischia di disconoscere alcune importanti differenze con l'area metropolitana e il suo Sistema Museale e di tradurre lo scarso *appeal* verso il pubblico esterno solo ed esclusivamente come una criticità. Di seguito, quindi, vengono sinteticamente illustrati tre fattori di distinzione che è opportuno considerare quando si valutano le statistiche relative ai musei e ai beni culturali piemontesi.

Prima di tutto, molte delle aree su cui insistono i siti monitorati dall'OCP sono caratterizzate da un'offerta turistica incentrata sulla natura, sullo sport, sull'ambiente e sull'enogastronomia, che si rivolge a tipologie di turismo solo marginalmente interessate alla fruizione di musei e di beni culturali. In secondo luogo, occorre tener conto dell'incidenza sul turismo

⁶ Cfr. Osservatorio Culturale del Piemonte, *Indagine sul pubblico dei musei piemontesi*, 2008.

delle carenze infrastrutturali del territorio (qualità e quantità dei servizi al turista, accessibilità stradale e ferroviaria, disponibilità di informazioni, ecc.) su cui il singolo museo difficilmente può intervenire. Infine, non sembra superfluo ricordare come l'attenzione di molti istituti culturali piemontesi non sia rivolta al turista esterno ma alla popolazione locale, in primis al-

le scuole, e a un turismo di prossimità non rilevabile in base ai dati sui pernottamenti in strutture alberghiere o complementari, pur generando una ricaduta sull'economia del territorio di riferimento. In questi casi, un bacino locale di utenza per il museo/bene culturale può essere quindi interpretato come il risultato di una strategia consapevolmente perseguita.

IL PUBBLICO DEI MUSEI PIEMONTESI

A distanza di sette anni dalla precedente ricerca⁷, l'Osservatorio Culturale del Piemonte ha condotto nel 2008 un'indagine ad ampio spettro sul pubblico di alcuni musei, beni culturali e sedi espositive del territorio regionale. Gli obiettivi di fondo sono stati quelli di ricostruire il profilo socioculturale e i comportamenti di fruizione dei visitatori, valutare l'efficacia della comunicazione, analizzare la soddisfazione per l'offerta presente, ricostruire il peso e la natura della dimensione turistica, rilevare i principali cambiamenti rispetto alle evidenze dell'indagine precedente. Quest'ultimo aspetto assume particolare rilevanza, ai fini dell'interpretazione dei risultati, se si considerano i mutamenti e le evoluzioni sul fronte dell'offerta e della domanda di cultura che hanno riguardato il territorio piemontese negli ultimi anni. L'ultimo decennio è stato infatti caratterizzato da una lunga stagione di investimenti su cultura e beni culturali – 20 tra musei e beni culturali inaugurati negli ultimi dieci anni solo nel Sistema Museale Metropolitano, per non parlare dell'apertura della Reggia di Venaria, il più grande cantiere di restauro d'Europa – e dal potenziamento del sistema culturale nel suo complesso, dalle mostre allo spettacolo dal vivo. Tali interventi e politiche, anche attraverso la risonanza mediatica dell'evento olimpico, hanno contribuito a posizionare Torino e il territorio regionale nella geografia delle destinazioni turistico-culturali a livello nazionale e hanno modificato la percezione, da parte degli stessi residenti, di una città e di un territorio che si riscoprivano vitali, innovativi, capaci di reinventare identità e visioni anche a partire dalla cultura e dalla conoscenza. Sul fronte della domanda i dati numerici parlano di un sistema museale territoriale che nell'area metropolitana – negli ultimi sette anni – è passato da 1,8 milioni a più di 3,5 milioni di presenze e che a livello regionale, nei monitoraggi dell'OCP, è passato da 884.000 presenze a più di 1,4 milioni.

Partendo da tali premesse, *l'Indagine sul pubblico dei musei piemontesi*, realizzata tra il 2007 e il 2008, ha analizzato il pubblico di 15 realtà⁸ culturali selezionate sul territorio regionale in tre distinte fasi: invernale (8 dicembre 2007-6 gennaio 2008), primaverile (24 aprile-2 giugno 2008) ed estiva (1° agosto-9 settembre 2008).

L'indagine 2008 conferma sostanzialmente i tratti dell'identità del pubblico dei musei già riscontrati in diverse altre ricerche: la prevalenza di pubblico femminile (57%, anche se l'incidenza relativa dei maschi aumen-

⁷ Osservatorio Culturale del Piemonte, *Il pubblico di mostre e musei in Piemonte nel 2001*.

⁸ I beni e musei in cui si svolta l'indagine sono stati: Arca (Vercelli), Castello di Racconigi (Racconigi, CN), Castello di Rivoli (Rivoli, TO), Filatotio Rosso (Caraglio, CN), Forte di Exilles (Exilles, TO), Museo Clizia (Chivasso, TO), Museo dei Campionissimi (Novi Ligure, AL), Museo del Territorio del Biellese (Biella), Reggia di Venaria (Venaria, TO), GAM (Torino), Museo del Cinema (Torino), Museo Egizio (Torino), Palazzo Bricherasio (Torino), Palazzo Madama (Torino), Palazzo Reale (Torino).

ta con l'aumentare dell'età), la sovra-rappresentazione delle persone con titolo di studio medio-alto (41% diplomati, 42% con laurea e specializzazione post-laurea) e la forte incidenza di ceti superiori e di docenti. L'età media è di 40 anni e la fascia d'età prevalente è quella tra i 46 e i 64 anni (30%). Relativamente all'età, se si confrontano i visitatori residenti in Piemonte con la totalità della popolazione residente, emerge una forte sotto-rappresentazione del pubblico over 65 (10% contro il 26%). Si tratta di un aspetto già rilevato in altri contesti di indagine, ma che assume maggiore enfasi e suggerisce il rafforzamento di strategie di coinvolgimento, se si considerano alcune tendenze quali l'allungamento della vita, l'aumento progressivo e significativo dei livelli di istruzione degli over 65, l'imporsi di stili di vita più dinamici e maggiormente orientati a un utilizzo attivo e partecipato del tempo libero.

La provenienza dei visitatori è uno degli aspetti che ha subito le maggiori evoluzioni nel confronto tra le due indagini: nel 2008 nei principali musei analizzati i visitatori che arrivano da fuori Piemonte superano quelli che abitano sul territorio regionale. L'incidenza complessiva dei visitatori che arrivano da altre Regioni italiane è del 37,2% (era del 13,7% nel 2001!), coloro che arrivano dall'estero sono il 10,5% (erano meno del 3% nel 2001).

Per quanto concerne le provenienze extraregionali, Lombardia (21,4%), Emilia-Romagna (14,5%) e Veneto (11,5%) sono le Regioni più rappresentate; quattro stranieri su dieci, invece, provengono dalla Francia.

Resta centrale il ruolo dell'esperienza turistica nelle motivazioni di permanenza: il 57% del pubblico extraregionale si trova in Piemonte principalmente per visitare una città o per seguire un itinerario turistico.

La presenza dei turisti italiani è stata più elevata durante il periodo primaverile (39%), complici i week end lunghi legati alle festività del periodo, rispetto a quello invernale (38%) ed estivo (31%), mentre la presenza di stranieri è stata maggiore durante l'estate (18%) rispetto alla fase invernale (9%) e primaverile (9%).

Un ulteriore indicatore della curiosità suscitata dai musei piemontesi nei visitatori provenienti da fuori Regione è dato dalla propensione dei turisti a visitare più musei durante il periodo di permanenza: l'81% di essi ha già visitato o intende visitare almeno due musei e beni culturali. Inferiore la capacità di attrazione su un bacino extraregionale dei musei legati al contemporaneo: solo un visitatore su quattro arriva da fuori Piemonte.

1.2 SPETTACOLO DAL VIVO

L'analisi dei dati SIAE sul Piemonte per l'anno 2008 evidenzia un contenimento della domanda e dell'offerta rispetto all'anno precedente, con una diminuzione del numero di rappresentazioni (-4,6%), dei biglietti venduti (-4,4%) e della spesa al botteghino (-5,1%). Tuttavia, rispetto al 2006 il saldo finale del triennio rimane positivo per il comparto teatrale e musicale, mentre è ancora critico per le attività coreutiche. Il 2007 è, infatti, un anno in parte anomalo per lo spettacolo dal vivo, in quanto si possono rilevare ancora gli effetti della programmazione artistica per le

Olimpiadi, combinati con eventi di particolare richiamo soprattutto nel settore della musica leggera (si pensi ad esempio al concerto dei Police).

Per la musica il triennio si chiude con risultati positivi, evidenziando incrementi nel 2008 rispetto al 2006 nell'offerta (6,3%), nella domanda (22,2%) e nella spesa al botteghino (38,4%), mentre per il settore del balletto la SIAE rileva una contrazione nel 2008 del 13,1% delle presenze e del 6,1% dell'offerta rispetto al 2006. Le elaborazioni sul comparto teatrale evidenziano una sostanziale stabilità nel triennio: se il teatro di prosa registra una leggera flessione solo delle affluenze di pubblico nel 2008 ri-

spetto al 2007 (-3,1%), sia la rivista e la commedia musicale sia i burattini e le marionette mostrano andamenti senza dubbio più positivi, con incrementi delle presenze rispettivamente del 14,8% e del 12,3%. I dati pubblicati dalla SIAE sono fortemente aggregati e non consentono un'analisi dettagliata dei sub-settori. Per avere un quadro più articolato della scena piemontese l'OCP ha avviato nel 2007 un monitoraggio⁹ dell'attività produttiva dei soggetti impegnati a livello professionale nel settore teatrale¹⁰: l'universo di riferimento, nel suo complesso, nel 2008 ha realizzato 6.075 spettacoli (l'81% dei quali in Piemonte) per un totale di oltre un milione di presenze, di cui 846.000 circa in Regione. Sebbene gli spettacoli presi in considerazione costituiscano solo il 45% dell'universo considerato dalla SIAE (percentuale che tuttavia sale al 77% se si escludono le rappresentazioni di arte varia¹¹), i dati rilevati direttamente dall'OCP consentono di analizzare in modo approfondito il comparto teatrale in Piemonte.

Il monitoraggio è stato avviato in via sperimentale nel 2007 ed è stato assestato nelle sue procedure di rilevazione nel 2008, consentendo di accumulare una quantità di dati relativi alle affluenze alle attività teatrali al massimo grado di articolazione (per giorno, per titolo, per soggetto produttore od organizzatore). Sebbene i dati 2008 non siano perfettamente confrontabili rispetto a quelli del 2007 per i problemi inevitabili di assestamento dei sistemi di rilevazione, si registra un incremento del pubblico di circa l'8% a fronte di un aumento del 2,5% dell'offerta, con 846.000 presenze in quasi 5.000 rappresentazioni. L'incremento così elevato è da attribuire in particola-

re alla Fondazione per il Circuito Teatrale Regionale che, superate le difficoltà organizzative e istituzionali del 2007, ha ripreso la propria attività con una programmazione articolata su tutto il territorio regionale. Se si escludono i dati del Circuito, si rileva una sostanziale stabilità delle presenze (0,2%) a fronte di un calo minimo del numero di rappresentazioni (-1,9%), indice di una tenuta complessiva dei consumi di spettacolo in Piemonte.

Tutto ciò evidenzia come anche nello spettacolo dal vivo, all'aumentare dell'offerta, aumenti la domanda secondo dinamiche analoghe a quelle rilevate nei settori dei musei e beni culturali e del cinema, dove il grado di attrattività dell'offerta influenza i picchi verso l'alto o verso il basso della risposta del pubblico, anche se con una minor sensibilità diretta ai flussi turistici. Tale considerazione è ulteriormente confermata dall'analisi dei titoli più seguiti: lo spettacolo con un numero maggiore di presenze nel 2007 è stato *L'uomo dai mille volti* di Arturo Brachetti, con oltre 40.000 spettatori in 30 repliche, mentre lo stesso artista nel 2008 con una nuova produzione ha catalizzato oltre 20.000 presenze, a cui ne vanno aggiunte altre 8.000 con le riprese del precedente spettacolo; il musical continua a mantenere una posizione di primo piano sia nel 2007 con titoli come *Menopause - il musical* o *Grease* entrambi con oltre 9.000 presenze, sia nel 2008 con *Parlami di me* con 11.000 spettatori in 12 repliche o la riproposta di *Grease* con oltre 7.000 presenze in 7 repliche. Anche lo spettacolo dal vivo non è estraneo quindi alle logiche dei *blockbuster* dove il nome di rilievo, in particolare se televisivo, è generalmente in grado di

⁹ Il sistema di rilevazione si inserisce nell'ambito del progetto di armonizzazione della raccolta dei dati che la Commissione Cultura della Conferenza Stato Regioni ha promosso per avere informazioni puntuali sui consumi di spettacolo dal vivo nelle Regioni.

¹⁰ L'universo di riferimento di OCP è composto dai soggetti attivi nel comparto dello spettacolo dal vivo che sono sostenuti da politiche pubbliche. Allo stato attuale l'Osservatorio può fornire un'analisi puntuale e dettagliata dell'offerta e della domanda unicamente del settore teatrale - ricostruita partendo dalla nuova modulistica, predisposta nel corso di tavoli di lavoro compartecipati tra Regione Piemonte, OCP e operatori, e finalizzata alle richieste di finanziamento attraverso la legge 68/80 - ma punta a raggiungere nei prossimi anni una pari sistematizzazione dei dati anche per gli altri settori dello spettacolo dal vivo.

¹¹ Il settore "arte varia" per la SIAE comprende: "diverse espressioni artistiche che, per la parzialità e la limitatezza temporali con le quali si susseguono nell'ambito di una manifestazione, non sono identificabili in uno specifico genere, pur presentandosi allo spettatore come un *unicum*".

influenzare le presenze nelle sale teatrali. È il caso di *A un passo dal sogno*, con i partecipanti di un noto reality televisivo, che ha registrato 11.000 presenze in 12 repliche, o di *High School Musical*, tratto dalla serie televisiva, che ha fatto registrare oltre 15.000 presenze in 15 repliche programmate a marzo, sul finire della stagione 2007/2008 e in ottobre alla ripresa della stagione 2008/2009.

Tuttavia tali tipologie di spettacolo non esauriscono la varietà dell'offerta presente in Regione. Il sistema teatrale piemontese si compone, infatti, di una gamma fittamente articolata di proposte, grazie alla presenza di soggetti produttori molti diversi tra loro: in Piemonte si contano cinque realtà stabili (Fondazione Teatro Ragazzi e Giovani, Assemblea Teatro, Torino Spettacoli, Fondazione Teatro Piemonte Europa, Fondazione Teatro Stabile di Torino), due circuiti teatrali (Circuito Teatro Ragazzi e Giovani e Fondazione Circuito Teatrale del Piemonte) e 41 compagnie professionali, di cui 21 impegnate anche in attività di Residenza Multidisciplinare.

Le compagnie professionali possono essere considerate lo zoccolo duro del sistema teatrale piemontese, con il 43,2% di spettacoli prodotti e ripresi in Regione, seguiti dalle realtà stabili (35,5%), dai due circuiti (12,9%) e infine dal sistema delle Residenze (8,4%). Tuttavia, dal punto di vista delle affluenze di pubblico le sole realtà stabili catalizzano quasi la metà degli spettatori (47,3%), seguiti dalle compagnie (31,4%) mentre Circuiti e Residenze raccolgono rispettivamente il 15,2% e il 6% degli spettatori.

Il sistema di offerta teatrale piemontese è stato plasmato nel tempo nelle sue componenti fondamentali dalle istituzioni pubbliche che hanno promosso iniziative e strumenti finalizzati a un riequilibrio dell'offerta di spettacolo sul territorio, per contrastare l'attitudine dei soggetti produttori a gravitare sulle piazze cittadine – Torino soprattutto – e nei teatri dei capoluo-

ghi di Provincia al fine di garantirsi un maggiore bacino d'utenza. Basti pensare, infatti, che mentre nei capoluoghi di Provincia la presenza media a spettacolo nel 2008 è di 172 spettatori, nelle restanti città delle Province scende a 67¹². Occorre tuttavia distinguere tra le azioni di decentramento finalizzate a distribuire un'offerta simile a quella dei capoluoghi anche nei teatri di Provincia (ruolo assolto in buona parte dai Circuiti) e quelle volte a favorire l'animazione dei territori meno toccati dalla circuitazione delle grandi compagnie. Quest'ultimo compito viene assolto dalle Residenze Multidisciplinari, che spesso operano anche al di fuori di spazi propriamente teatrali e in Comuni di piccole dimensioni dove le amministrazioni locali non sono dotate né di risorse, né di un know how per poter rispondere in modo adeguato alle esigenze della popolazione locale. Nonostante l'importante ruolo delle Residenze, i dati relativi alla distribuzione geografica delle presenze dimostrano come le disparità tra territori non siano ancora state colmate: circa la metà degli spettacoli (47,7%) rilevati in Piemonte nel 2008 si riferiscono alla sola città di Torino, che catalizza il 53,2% di pubblico. Se si estende l'osservazione alla Provincia torinese, la percentuale dell'offerta sale al 71,5% e quella della domanda al 72,1%. Ciò dimostra il peso in termini di attrattiva sia di domanda sia di offerta del capoluogo di Regione. Allargando lo spettro d'analisi alle altre Province si nota come Cuneo presenti un articolato e autonomo sistema teatrale che ottiene discreti risultati, distribuendo in modo equilibrato domanda e offerta di spettacolo sia in città sia nelle restanti aree territoriali, con il 10,1% degli spettacoli offerti in Regione e l'11,4% del pubblico. Tale risultato positivo è da imputare alla presenza di compagnie che hanno sede in Provincia di Cuneo, all'attività di alcune Residenze Multidisciplinari e a un buon funzionamento dei teatri cuneesi gestiti dal Circuito Teatrale del Piemon-

¹² La presenza media superiore evidenziata nelle città è da porre anche e ovviamente in relazione con la capienza degli spazi disponibili.

te e dal circuito per il teatro ragazzi. Particolarmente deboli in termini di offerta e di domanda risultano le Province di Biella e Vercelli, e poco vivaci anche le Province di Novara e V.C.O. Tale debolezza è da considerarsi in parte strutturale, data la scarsità di soggetti attivi sul territorio, in parte dovuta al fatto che culturalmente e in termini di prossimità geografica tali città tendono a gravitare sul bacino milanese. Parlare di decentramento significa anche considerare i rapporti tra i singoli capoluoghi e i relativi territori: in questo caso è da evidenziare come a Biella, Torino e Vercelli la distribuzione sia della domanda, sia dell'offerta tenda alla concentrazione nel capoluogo; diversamente, nelle altre Province si riscontra una più equilibrata distribuzione sul territorio degli spettacoli proposti e del pubblico.

Per quanto riguarda l'analisi dell'andamento delle presenze si rileva, come per gli altri ambiti culturali, una stagionalità che vede un calo drastico delle presenze nei mesi estivi. La stagionalità dell'attività teatrale, che trova conferma anche in Piemonte nell'andamento mensile della domanda, è concentrata nei periodi compresi tra gennaio e aprile e tra ottobre e dicembre, nei quali si registra il 71,6% di presenze. I mesi con la più bassa affluenza di pubblico sono giugno e settembre, mentre la debolezza dell'offerta estiva è in parte colmata dalle proposte di rassegne e festival, particolarmente numerosi in questo periodo dell'anno.

Su un totale di 1.396 titoli considerati, solo sei spettacoli hanno registrato presenze superiori alle 10.000 unità, totalizzando il 9,5% del pubblico. Si tratta di spettacoli che hanno teniture medie dell'ordine delle due settimane di repliche, ospitati in teatri di grandi dimensioni – a eccezione di un unico spettacolo che annovera oltre 60 repliche – e di notevole *appeal* per la presenza di un attore di richiamo o in quanto riconducibili al genere del musical che attualmente, non solo in Piemonte ma in tutta Italia, sta vivendo una seconda ondata di successo grazie alla replicazione di format televisivi molto seguiti. Senza

dubbio tale tipologia di spettacoli *blockbuster* consolida la modalità di fruizione tipica degli "eventi-spettacolo", legati a una comunicazione che, a differenza di quanto accade per il teatro di tradizione o di sperimentazione, utilizza canali più ad ampio spettro, su scala nazionale, riuscendo a intercettare pubblici differenti allettati dalla possibilità di partecipare a veri e propri eventi. Anche all'interno del teatro, pertanto, si fa sempre più strada la tendenza all'eventizzazione, e alla "mass-mediatizzazione" dello spettacolo. Senza dubbio tali eventi non sottraggono pubblico alle altre forme di teatro e ciò è evidente dall'analisi dei titoli che hanno raccolto dai 5.000 ai 10.000 spettatori: è un insieme costituito da un numero leggermente più ampio di titoli (11) che hanno totalizzato complessivamente circa il 9% del pubblico. In tale fascia si può vedere come lo spettro delle tipologie di spettacoli si ampli: non solo musical, non solo lo spettacolo del "grande attore", ma anche produzioni di respiro nazionale sia per gli interpreti, sia per la firma del regista, sia per la drammaturgia. Sono quelli che si possono definire gli "spettacoli abbonamento" (le presenze degli abbonati raggiungono, infatti, il 41% del totale delle presenze) e caratterizzano la composizione-tipo dello "spettatore teatrale tradizionale", affezionato al *suo* teatro, al quale fa riferimento per un percorso anche di fruizione e arricchimento culturale.

La fascia intermedia (ovvero gli spettacoli che hanno un numero di spettatori compreso tra le 500 e le 5.000 unità) è molto variegata e annovera tanto gli spettacoli di richiamo con un numero più ridotto di repliche quanto gli spettacoli con maggiore tenitura realizzati da compagnie piemontesi e italiane. Da sottolineare come questi spettacoli totalizzino oltre il 58% delle presenze complessive.

La maggior parte degli spettacoli ha però un pubblico compreso tra le 100 e le 500 unità (oltre 700 titoli), e rappresenta, nel suo complesso, circa il 21% del pubblico. Si tratta di spettacoli molto differenti per tipologia, genere e tenitura (si va da un'unica rap-

presentazione a 26 repliche): spettacoli di teatro di ricerca che molto spesso per scelta sono indirizzati a un numero ristretto di spettatori (dagli spettacoli per un singolo spettatore a quelli con posti limitati in sala, a quelli sconsigliati per alcune categorie di persone); spettacoli di teatro ragazzi, commedie di tradizione e in dialetto, e spettacoli rappresentati al di fuori delle sedi teatrali convenzionali che, se in taluni casi godono del privilegio di una sede di prestigio artistico, in altri subiscono la localizzazione di una sede periferica e non dotata di particolare attrattiva.

Per quanto attiene all'attività di ospitalità, che interessa solamente i soggetti che sono dotati di sedi proprie oppure organizzano rassegne e festival, emerge come la quasi totalità degli spettacoli ospitati siano di artisti italiani (94%), mentre le compagnie straniere rappresentano solo il 6% del totale. Tra le compagnie italiane ospitate il 33% sono piemontesi, mentre il 67% proviene da fuori Regione.

Da una prima analisi dei titoli rappresentati dalle compagnie ospiti emerge come gli spettacoli che ottengono i migliori risultati in termini di pubblico sono senza dubbio i musical e gli spettacoli in precedenza definiti *blockbuster*, ovvero a firma di registi noti o

con la presenza di attori di fama nazionale e/o richiamo televisivo. Per quanto riguarda gli spettacoli che provengono dall'estero, si evidenzia una prevalenza di produzioni francesi (20% del totale) e svizzere (14,5%). Si tratta per lo più di spettacoli che rimangono in programmazione per una o due repliche, mentre sono sporadici i casi di spettacoli con tenuta maggiore: a ottenere le maggiori presenze di pubblico sono gli spettacoli di grande richiamo e la cui comprensione prescinde dalla conoscenza della lingua, in quanto spesso giocati su linguaggi non verbali, come ad esempio i Momix nel 2007, con oltre 8.000 presenze registrate nello spettacolo *Sun Flower Moon*, oppure spettacoli di *nouvelle cirque* come *La veillée des abysses* realizzato da Compagnie du Hanne-ton, Coursive Scène Nationale de La Rochelle e Théâtre Vidy Lausanne.

Da segnalare come per il 2007 una presenza maggiore di titoli stranieri sia da collegare al Festival dell'Unione dei Teatri d'Europa, ospitato nelle sedi del Teatro Stabile di Torino. Le compagnie straniere di piccole dimensioni, invece, vengono ospitate in Piemonte nell'ambito delle loro tournée italiane o europee.

IL TEATRO RAGAZZI IN PIEMONTE

L'offerta di spettacoli per ragazzi rappresenta circa il 27% del totale degli spettacoli in Piemonte, con oltre 1.300 rappresentazioni nel 2008 e quasi 200.000 spettatori (il 23% del totale regionale).

La distribuzione territoriale evidenzia una concentrazione in Provincia di Torino (il 53% delle presenze), ma a differenza della situazione del comparto teatrale nel suo complesso, il teatro ragazzi copre porzioni rilevanti del territorio regionale: in particolare nella Provincia di Cuneo, dove si rileva il 23% degli spettatori, nel Verbano-Cusio-Ossola (8%) e nell'Alessandrino (7%).

Sono per lo più spettacoli con un'affluenza compresa tra i 100 e i 1.000 spettatori (54%) e tra i 1.000 e i 5.000 (43%) che raggiungono presenze medie a rappresentazione comprese tra 140 e 160 unità.

L'analisi dell'andamento mensile del pubblico evidenzia come la fruizione di spettacoli per ragazzi non sia limitato al solo ambiente scolastico, ma abbia saputo ritagliarsi uno spazio tra i consumi teatrali in generale. I mesi con un'affluenza maggiore rimangono quelli compresi tra gennaio e aprile (54%), ma i mesi di giugno e settembre raccolgono il 16% delle presenze complessive.

1.3 ESERCIZIO CINEMATOGRAFICO

I consumi cinematografici in Piemonte sono in calo di quasi il 5% nel 2008 rispetto all'anno precedente, attestandosi su 7,7 milioni di biglietti venduti. La perdita degli incassi – calati a quota 43 milioni di euro – è più contenuta, ma si rileva una differenza di quasi 1,8 milioni di euro rispetto al 2007, a fronte di un numero maggiore di sale monitorate (241 nel 2007 e 248 nel 2008). Sono sia i capoluoghi di Provincia sia i piccoli Comuni a risentire della diminuzione di presenze negli esercizi cinematografici, anche se nei primi la contrazione della domanda (-1,6%) è notevolmente più contenuta rispetto agli altri Comuni di Provincia (-7,8%). Il confronto tra i dati del 2008 e quelli del 2006 evidenzia, tuttavia, una tendenza ancora positiva sia per numero di biglietti venduti sia per incassi.

L'andamento altalenante registrato negli ultimi anni sembra fissare sulla soglia dei 7 milioni di spettatori le affluenze medie annuali nelle sale di prima visione, ma i primi dati relativi al 2009 fanno presagire una situazione di difficoltà per l'esercizio cinematografico piemontese.

Questo settore sembra risentire più di qualsiasi altro delle crisi economiche contingenti: in fase di contrazione delle disponibilità economiche delle famiglie il consumo culturale che più ne subisce gli effetti è quello cinematografico, considerato come una delle tante forme di utilizzo del tempo libero. La competizione con altre occasioni di divertimento risulta perdente nel momento in cui vi sono innumerevoli altre modalità per accedere a prodotti audiovisivi e svariate opportunità di socializzazione. La disponibilità legale e illegale di film va aumentando rendendo il *private*

cinema un'alternativa al consumo in sala, come pure la moltiplicazione dei luoghi di incontro fa apparire la sala cinematografica un ambiente ormai desueto. Va inoltre sottolineato che, come per altre tipologie di consumi culturali quale ad esempio la musica, il segmento cinema è fortemente interconnesso con le evoluzioni dei mercati globali e con gli sviluppi tecnologici e i cambiamenti delle abitudini nelle modalità di fruizione che hanno inevitabili ripercussioni a livello locale¹³.

Dall'analisi degli andamenti degli ultimi anni emerge come l'unico fattore che sembra in grado di rivitalizzare gli ingressi nelle sale è l'eventizzazione dei film (si pensi ai casi delle saghe di Harry Potter e di Bella Swan¹⁴) che riesce a catturare l'attenzione degli spettatori per poi fidelizzarli attraverso la produzione di sequel o prequel. La scelta di assistere a una proiezione cinematografica sembra maggiormente legata all'eccezionalità del prodotto da fruire su grande schermo. Si pensi all'ultimo episodio della saga di *Indiana Jones*, che ha totalizzato il 60% delle presenze nei primi due week-end di programmazione, oppure a *Scusa ma ti chiamo amore* e *Twilight* – prodotti rivolti al target giovanile – che hanno realizzato oltre il 55% delle affluenze nei primi due week-end.

Queste considerazioni sono emerse anche nell'ambito di alcuni focus group che l'OCP ha realizzato per indagare le abitudini di consumo dei giovani compresi tra i 15 e i 29 anni. Secondo gli intervistati la propensione al consumo di film nelle sale dipende in parte dal prezzo del biglietto – che per alcune strutture raggiunge gli 8 euro – elemento evidenziato anche da altre ricerche effettuate sul tema¹⁵.

Secondo l'ultima indagine ISTAT, tra i motivi per cui non si va al cinema, oltre alla concorrenza della tele-

¹³ A titolo esemplificativo si segnala che il sito Internet Vedogratis.com, che offriva la visione di film in streaming in violazione della legge sul diritto d'autore, aveva registrato un aumento vertiginoso dei contatti in 5 mesi di attività, passando da 16.000 a 100.000 contatti giornalieri. Al momento della stesura del presente capitolo il sito è stato oscurato ma siti con contenuti analoghi continuano ad essere riproposti in rete.

¹⁴ Entrambi personaggi di romanzi di successo, nel primo caso dell'autrice inglese Joanne Kathleen Rowling, nel secondo di Stephenie Meyer, autrice statunitense della saga di *Twilight*.

¹⁵ CASINI V. & PARTNERS, *Il mio cinema 2008. Rapporto di ricerca*. Roma: Casini, 2008.

visione e ai costi, il più diffuso è la mancanza di un esercizio cinematografico nelle vicinanze dell'abitazione¹⁶. Il tema della localizzazione delle sale cinematografiche è diventato da qualche anno materia di programmazione da parte dell'amministrazione regionale. L'esigenza di normare le trasformazioni in atto, soprattutto per quanto riguarda l'apertura di nuovi esercizi commerciali, deriva dalla constatazione che alcuni territori sono privi di qualsiasi struttura (anche solo di sale parrocchiali e di arene all'aperto) per la fruizione cinematografica, per quanto vi siano le condizioni minime per un potenziale bacino d'utenza, e che gli esercizi cinematografici nei centri storici e in zone periferiche delle grandi città stanno progressivamente chiudendo a causa della concentrazione progressiva delle affluenze nei grandi multiplex. Tuttavia, il mercato cinematografico ha bisogno di tutte le sue componenti strutturali (multiplex, multisale e monosale) diffuse sul territorio per potersi sviluppare e soddisfare pubblici diversi dando spazio anche a una programmazione di nicchia. Il successo di pellicole come *Il cacciatore di aquiloni* o *Gomorra*, che hanno totalizzato entrambe più di 100.000 presenze nel 2008 in Piemonte piazzandosi al 12° e 16° posto della classifica di film più visti, indica che non vi è un unico spettatore-tipo di riferimento ma che la proposta culturale di certa programmazione può incontrare il favore del pubblico.

Localizzazione e rinnovamento del parco sale sembrano essere le premesse per uno sviluppo stabile dell'esercizio cinematografico. A tale proposito la tecnologia digitale potrebbe portare in futuro a cambiamenti sostanziali nelle modalità di fruizione del film in sala. Ad oggi sono solo tre le sale in Piemonte dotate del sistema di proiezione in digitale, di cui una per le proiezioni in 3D, ma in Piemonte è presente la prima sala interamente dedicata al digitale¹⁷. Le proie-

zioni inviate in remoto da un centro operativo e realizzate senza l'ausilio di un operatore di macchina aprono nuovi scenari nei quali lo spettatore giocherà un ruolo centrale nella programmazione, in quanto questa potrà essere personalizzata in base alle esigenze anche di quote marginali di pubblico.

1.4 BIBLIOTECHE CIVICHE

Nel 2008 il patrimonio informativo dell'Osservatorio attinente ai consumi culturali si è arricchito delle rilevazioni relative al pubblico delle biblioteche civiche in Piemonte. Le modalità di acquisizione dei dati e il miglioramento della qualità degli stessi sono stati definiti in un arco temporale pluriennale e in stretta collaborazione con l'amministrazione regionale. Questo processo ha reso utilizzabile la raccolta e la sistematizzazione cominciata negli anni precedenti, permettendo di inserire nello studio della domanda e dell'offerta culturale un nuovo tassello che era rimasto ancora poco esplorato. Se negli scorsi anni le osservazioni e le analisi rispetto a tale settore sono state focalizzate in maniera prevalente sulla dimensione funzionale ed economica delle biblioteche, nel 2008 si possiedono elementi sufficienti per fornire un quadro più dettagliato e utile alla comprensione delle dinamiche di consumo.

Sono però doverose alcune precisazioni in merito alla base dati raccolta: rispetto alle 798 biblioteche civiche presenti sul territorio regionale – di cui circa 50 chiuse al pubblico – censite dal Settore Biblioteche, Archivi e Istituti culturali della Regione Piemonte, sono 501 le biblioteche che nel 2008 hanno reso disponibili i propri dati, mentre il livello di conoscenza relativo al triennio 2006-2008 è a tutt'oggi limitato a un gruppo di circa 250 biblioteche civiche.

¹⁶ ISTAT, *Spettacoli, musica e altre attività del tempo libero. Indagine multiscopo sulle famiglie "I cittadini e il tempo libero" Anno 2006*. Roma: ISTAT, 2008.

¹⁷ Il nuovo cinema entrerà in funzione a Castelletto Ticino nell'agosto 2009 e il centro operativo avrà sede presso la Digima di Verbania.

I soggetti monitorati comprendono strutture molto diverse tra loro per dimensione, sia di patrimonio posseduto, sia di bacino d'utenza. Per tali ragioni sono state diversificate le elaborazioni di dettaglio sulla base dell'omogeneità dei dati disponibili. In tale ottica la sfida per il prossimo futuro è ampliare l'insieme confrontabile e assestare in tal modo la serie storica dell'Osservatorio.

L'analisi dell'offerta garantita all'utenza in termini di dotazione dall'insieme delle 501 biblioteche complessivamente monitorate nel 2008 ammonta a circa 6,7 milioni di unità documentarie: le biblioteche più ricche sotto tale aspetto sono quelle dell'area torinese, più precisamente quelle aderenti allo SBAM-Sistema Bibliotecario dell'Area Metropolitana, che possiedono il 14% del patrimonio totale, e quelle del Sistema Bibliotecario Urbano di Torino, la cui dotazione è pari al 20% di quella regionale; tali evidenze devono però essere messe in relazione con le dimensioni dei centri urbani su cui insistono le biblioteche.

Rispetto al 2007, nel 2008 il patrimonio documentario delle 213 biblioteche civiche confrontabili¹⁸ è rimasto sostanzialmente stabile; tuttavia nei grandi Comuni piemontesi (più di 60.000 abitanti) e in quelli medio-grandi (tra 30.000 e 60.000 abitanti) la consistenza del patrimonio nel 2008 è diminuita rispetto al 2007.

Le biblioteche civiche rivestono un ruolo significativo sia nelle "diete" culturali dei cittadini in relazione ai livelli di consumo, sia rispetto alla trasversalità delle tipologie di utenza che queste riescono a raggiungere, a differenza degli altri presidi della cultura quali i luoghi di spettacolo o i musei, dove il pubblico è fortemente caratterizzato da peculiarità socioanagrafiche come il titolo di istruzione o l'età.

Nel triennio 2006-2008 il numero di presenze nelle 246 biblioteche confrontabili è aumentato, passando

da 2,3 a 2,5 milioni. Va sottolineato che le presenze si concentrano nei grandi centri urbani: il 51% dei 2,8 milioni di utenti stimati nel 2008 nelle 465 strutture monitorate è stato rilevato nei Comuni con popolazione superiore a 60.000 abitanti; in termini di pubblico i piccoli Comuni hanno invece un peso sul totale regionale molto limitato, ma ciò dipende anche dalla dimensione modesta delle biblioteche dei piccoli centri sia in termini di strutture sia di patrimonio librario posseduto e dagli orari di apertura limitati. Nonostante Internet abbia modificato in parte le risorse attraverso cui soddisfare i bisogni di informazione e intrattenimento, nel 2008 le 501 civiche piemontesi monitorate hanno registrato 2,8 milioni di prestiti, di cui il 13% di materiali multimediali (CD, DVD). Così come le presenze, anche i prestiti continuano ad aumentare: nell'insieme delle 204 biblioteche in cui tale dato è confrontabile nel triennio, nel 2007 è stato registrato un aumento del 7% rispetto al 2006, mentre nel 2008 si è rilevata una crescita del 4,5% rispetto all'anno precedente.

Malgrado le difficoltà economiche che toccano tali istituzioni e che incidono in maniera negativa *in primis* sul volume di patrimonio¹⁹ e sulla possibilità di rinnovarlo e accrescerlo, i dati su esposti mettono in luce la crescente attenzione da parte del pubblico, che non utilizza soltanto i servizi bibliotecari in senso stretto, ma intende la biblioteca come spazio culturale allargato, dove è possibile oltre a leggere libri, anche navigare in Internet, incontrare gli amici e partecipare ad attività culturali o di formazione.

Tali caratteristiche emergono con grande evidenza dall'*Indagine sulla lettura* avviata nel 2008 dall'Osservatorio, un progetto pluriennale di ricerca sulla lettura e sui lettori in Piemonte che intende esplorare diversi ambiti del variegato mondo dei lettori e dei non

¹⁸ Cfr. tabelle allegate.

¹⁹ Cfr. Capitolo 3.

lettori partendo da contesti di analisi specifici, al fine di restituire valutazioni e spunti di riflessione in merito al funzionamento del “sistema lettura” e ad aspetti identitari e comportamentali che possano contribuire a verificare il perseguimento di specifici obiettivi culturali. Nella prima fase dell’indagine sono stati esplorati due “luoghi” – diversi per identità, finalità e

modalità di frequentazione – particolarmente rilevanti nel panorama dell’offerta culturale regionale: gli eventi di promozione e diffusione della lettura e le biblioteche civiche. Ciò ha permesso tra l’altro di colmare un vuoto conoscitivo e di tracciare il profilo dell’utenza delle biblioteche, delle abitudini di frequenza e delle diverse modalità di utilizzo delle strutture.

I PUBBLICI DELLE BIBLIOTECHE

I risultati emersi dall’analisi citata poc’anzi restituiscono un quadro ricco e articolato sui diversi gruppi di utenza e sulle rispettive modalità di fruizione dell’offerta bibliotecaria.

L’eterogeneità del pubblico è resa evidente in primo luogo dalla distribuzione per fasce d’età: a differenza del pubblico culturale *tout court* non è stata rilevata una concentrazione in alcune categorie ma, sebbene ci sia una leggera prevalenza di giovani tra i 19-24 anni (18%) e di over 60 (18%), sono equamente rappresentate tutte le classi di età. A livello complessivo, dunque, ci troviamo di fronte a un pubblico piuttosto trasversale, anche se tra le singole biblioteche si osservano variazioni molto significative.

Emerge un forte radicamento nel territorio: i bacini di utenza sono prevalentemente locali (solo in alcuni casi il pubblico fuori provincia supera il 5%, come nelle biblioteche civiche di Vercelli e di Alessandria). Tra gli utenti si rileva un elevato grado di assiduità nella frequentazione della biblioteca, che aumenta con l’età: il 27% degli occasionali²⁰ ha meno di 18 anni, solo il 10% ha più di 60 anni, mentre gli abituali sono il 12% tra gli under 18 e il 18% tra gli over 60. Riguardo alle motivazioni, il 39% degli utenti delle biblioteche analizzate le frequentano sia per piacere personale, nel tempo libero, sia per motivi di studio e/o lavoro.

Per quanto il prestito di libri e di riviste (68%) e la lettura e lo studio (53%) siano, comprensibilmente, le attività prevalenti, emerge una molteplicità di funzioni diverse, non sempre correlate alla lettura o al libro, che evidenziano come la biblioteca si configuri come uno spazio, un presidio territoriale che accoglie e invoglia a molteplici possibilità di interazione e di utilizzo: il 25% dei rispondenti va in biblioteca anche per prendere in prestito materiale audiovisivo, il 19% per navigare in Internet, il 15% per incontrare amici e il 12% per partecipare a incontri e iniziative. L’età è una variabile che influenza sensibilmente le attività svolte e i servizi richiesti alle biblioteche²¹: per i giovani, ad esempio, la biblioteca è anche un luogo dove poter incontrare gli amici (29% rispetto al 3% degli over 60), mentre il pubblico over 60 è maggiormente interessato e preferisce partecipare a incontri e iniziative organizzate dalla biblioteca (18% rispetto al 4% degli under 18).

²⁰ Sono state individuate tre tipologie di frequentatori: “occasionalni” (coloro che si sono recati in biblioteca da 1 a 2 volte negli ultimi 12 mesi); “moderati” (da 3 a 10 volte); “abituali” (più di 10 volte).

²¹ Le elaborazioni statistiche realizzate a riguardo hanno considerato in particolare il pubblico degli under 18 e quello over 60, che costituiscono le polarità nelle abitudini di fruizione dei vari gruppi d’età.

Emerge il ritratto di uno spazio che si presta a variegata modalità d'uso, sempre più interessato ad allargare il suo raggio d'azione oltre le tradizionali funzioni di prestito e di luogo per la lettura e lo studio. Interessante notare come con l'aumento dell'assiduità (passaggio da frequentatori occasionali a moderati e ad abituali) cresca complessivamente il numero di attività svolte (e quindi richieste). La fruizione diversificata sembra quindi una peculiarità dei gruppi che hanno con la biblioteca un rapporto non incidentale ma continuativo e consapevole.

Va infine messa in luce una convergenza tra la frequentazione della biblioteca e gli altri consumi culturali: l'89% del campione ha visitato almeno un museo o una mostra negli ultimi 12 mesi, contro il 34,1% della popolazione residente in Piemonte, mentre il 74% ha assistito ad almeno uno spettacolo teatrale negli ultimi 12 mesi, contro il 18,2%²². Circa una persona su cinque, infine, vede almeno un spettacolo cinematografico al mese.

²² Fonte: ISTAT, *Annuario statistico italiano, 2006*. Roma: ISTAT, 2007.

MUSEI E BENI CULTURALI

Tab. 1 MUSEI E BENI CULTURALI IN PIEMONTE (2006-2008)*

	2006		2007		2008	
	N. MUSEI	VISITE	N. MUSEI	VISITE	N. MUSEI	VISITE
Sistema Museale Metropolitano di Torino**	45	2.950.948	45	3.271.469	53	3.664.509
Altre città del Piemonte	82	1.280.710	82	1.352.324	133	1.432.949
Totali	127	4.231.658	127	4.623.793	186	5.097.458

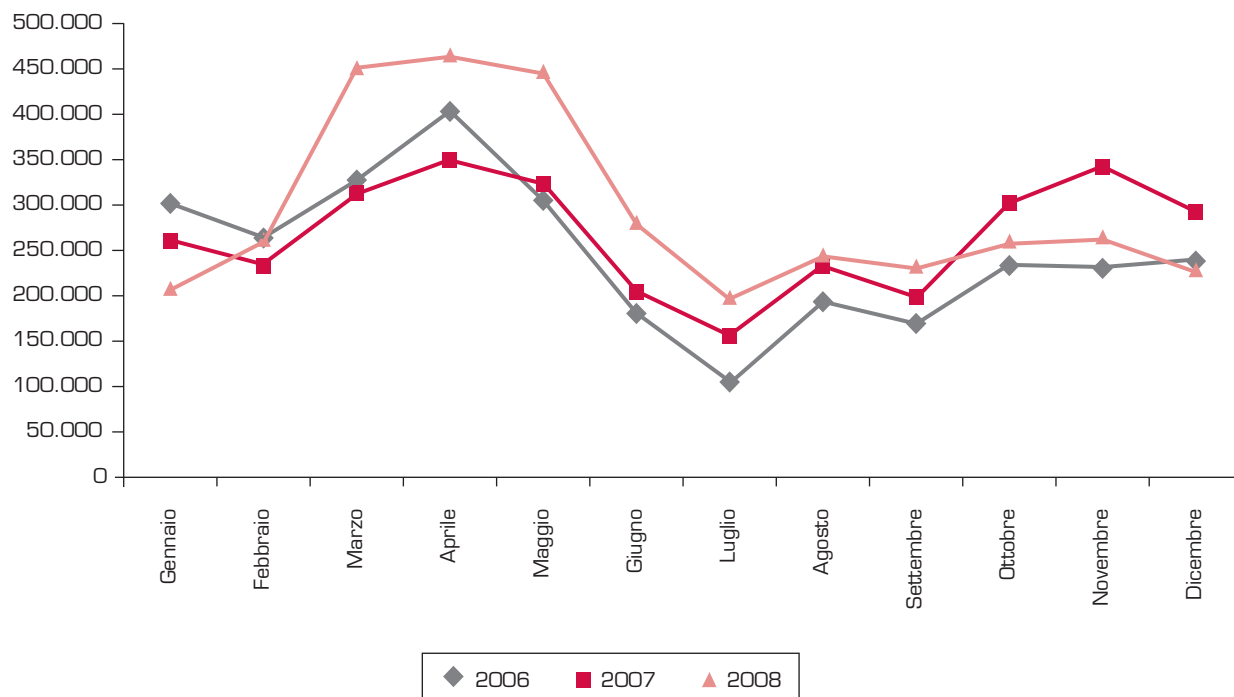
* Non viene riportata la variazione percentuale poiché i dati si riferiscono alla totalità delle strutture monitorate e non al solo insieme confrontabile.

** Il Sistema Museale Metropolitano torinese comprende anche parte delle Residenze Sabaude localizzate fuori Torino: la Reggia di Venaria Reale (To); il Castello di Rivoli (To); il Castello Reale di Moncalieri (To); la Palazzina di Caccia di Stupinigi (To); il Castello Ducale di Agliè (To) e il Castello Reale di Racconigi (Cn).

Fonte: elaborazioni OCP su dati Cooperativa EtaBeta

Nel 2008 il numero di beni monitorati dall'Osservatorio è aumentato in maniera sensibile: sono stati aggiunti nelle rilevazioni OCP 15 musei e beni culturali dell'area metropolitana di Torino, di cui 6 aperti tra il 2006 e il 2008, e 58 realtà regionali, di cui 6 nuove aperture tra il 2006 e il 2008. L'ampliamento rappresenta un passo importante verso l'ulteriore consolidamento della base informativa necessaria alla comprensione delle dinamiche di consumo.

Fig. 1 ANDAMENTO MENSILE DELLE VISITE NEL SISTEMA MUSEALE METROPOLITANO (2006-2008)



Fonte: elaborazione OCP su dati Cooperativa EtaBeta

L'analisi mensile della domanda nel Sistema Museale Metropolitano mette in luce alcune differenze negli andamenti. Mentre nel 2007 si rileva rispetto all'anno precedente una diminuzione di ingressi nei mesi di marzo e aprile e un consistente aumento nel periodo autunnale, nel 2008 si ravvisa un andamento simile al 2006, con picchi di visite maggiori nei mesi primaverili e una diminuzione in quelli autunnali. Va segnalato che la stagionalità dei flussi di visite dipende anche in parte dalla presenza o meno di week-end lunghi legati alle festività. Analogamente al 2007, il mese di agosto 2008 mostra l'emergere di un picco turistico-vacanziero.

Tab. 2 VISITE NEL SISTEMA MUSEALE METROPOLITANO DI TORINO (2006-2008)*

PROV.	COMUNE	MUSEI E BENI CULTURALI	2006	2007	2008	VARIAZIONI %**	
						2007-06	2008-07
CN	Racconigi	Castello di Racconigi	190.380	183.074	140.812	-3,8	-23,1
TO	Agliè	Castello Ducale di Agliè	75.849	51.268	52.593	-32,4	2,6
TO	Moncalieri	Castello di Moncalieri	6.789	7.374	2.698	8,6	-63,4
TO	Nichelino	Palazzina di Stupinigi	31.356	531	chiuso	-98,3	-
TO	Pino Torinese	Infini.to	-	nd	38.314	-	-
TO	Rivoli	Casa del Conte Verde	10.317	3.862	13.577	-62,6	251,6
TO	Rivoli	Castello di Rivoli	103.896	108.806	106.353	4,7	-2,3
TO	Torino	Armeria Reale	65.468	41.108	40.572	-37,2	-1,3
TO	Torino	Biblioteca Reale	26.153	11.447	4.358	-56,2	-61,9
TO	Torino	Borgo e Rocca Medioevale	47.360	52.803	59.948	11,5	13,5
TO	Torino	Fondazione Palazzo Bricherasio	114.943	229.305	175.696	99,5	-23,4
TO	Torino	Fondazione Sandretto	65.140	89.892	91.538	38,0	1,8
TO	Torino	Fondazione Teatro Regio	8.893	9.586	10.114	7,8	5,5
TO	Torino	Galleria Sabauda	42.469	33.478	27.422	-21,2	-18,1
TO	Torino	GAM	133.476	91.549	92.061	-31,4	0,6
TO	Torino	MAO - Museo di Arti Orientali	-	-	23.214	-	-
TO	Torino	Museo A come ... Ambiente	37.628	48.981	47.242	30,2	-3,6
TO	Torino	Museo Arti Decorative Accorsi	25.952	12.616	14.583	-51,4	15,6
TO	Torino	Museo Civico Pietro Micca	32.806	33.305	21.397	1,5	-35,8
TO	Torino	Museo della Frutta	-	8.509	7.991	-	-6,1
TO	Torino	Museo della Resistenza	19.637	22.671	18.700	15,5	-17,5
TO	Torino	Museo della Sindone	13.788	13.341	13.740	-3,2	3,0
TO	Torino	Museo di Antichità	45.358	167.110	139.375	268,4	-16,6
TO	Torino	Museo di Anatomia	-	10.917	11.854	-	8,6
TO	Torino	Museo Egizio	529.911	508.376	510.952	-4,1	0,5
TO	Torino	Museo Nazionale Automobile	78.661	23.691	53.336	-69,9	125,1
TO	Torino	Museo Nazionale Cinema	534.655	526.811	532.196	-1,5	1,0
TO	Torino	Museo Nazionale Montagna	58.051	56.045	64.189	-3,5	14,5
TO	Torino	Museo Nazionale Risorgimento	25.814	chiuso	2.186	-	-
TO	Torino	Museo Regionale Scienze Naturali	66.946	69.451	118.045	3,7	70,0
TO	Torino	Museo Storia Naturale Don Bosco	3.500	3.511	4.369	0,3	24,4
TO	Torino	Museo Storico Artiglieria	32.057	25.925	chiuso	-19,1	-
TO	Torino	Orto Botanico	5.898	4.809	5.026	-18,5	4,5
TO	Torino	Palazzo Barolo	2.911	1.352	2.795	-53,6	106,7
TO	Torino	Palazzo Cavour	9.540	np	np	-	-
TO	Torino	Palazzo Madama	147.132	312.532	192.282	112,4	-38,5
TO	Torino	Palazzo Reale	141.248	128.857	130.185	-8,8	1,0
TO	Torino	PAV - Parco d'Arte Vivente	-	-	4.621	-	-
TO	Torino	Pinacoteca Albertina	4.194	3.838	3.925	-8,5	2,3
TO	Torino	Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli	56.535	53.963	62.665	-4,5	16,1
TO	Torino	Promotrice Belle Arti	33.847	20.400	np	-39,7	-
TO	Torino	Reali Tombe e Basilica di Superga	37.359	24.066	43.701	-35,6	81,6
TO	Torino	Villa della Regina	6.575	22.308	11.587	239,3	-48,1
TO	Venaria Reale	Appartamenti Reali Borgo Castello	11.763	19.229	21.996	63,5	14,4
TO	Venaria Reale	Castello Reggia di Venaria	66.693	234.772	690.932	252,0	194,3
Totale musei monitorati dal 2006***			2.950.948	3.271.469	3.609.140	10,9	10,3
PROV.	COMUNE	MUSEI E BENI CULTURALI	2008				
TO	Torino	Fondazione Merz	19.121				
TO	Torino	MIAAO - Museo Internaz. di arti applicate	11.961				
TO	Torino	Museo Carceri Le Nuove	4.186				

(continua)

(segue)

PROV.	COMUNE	MUSEI E BENI CULTURALI	2008
TO	Torino	Museo della Marionetta	5.391
TO	Torino	Museo della Radio e della Televisione	1.800
TO	Torino	Museo della Scuola	10.778
TO	Torino	Museo di Antropologia ed Etnografia	1.015
TO	Torino	Museo Francesco Faa di Bruno	1.067
TO	Torino	Museo Franchetti del Colibri	50
Totale musei monitorati dal 2008			3.664.509

* Il Sistema Museale Metropolitano Torinese comprende anche parte delle Residenze Sabaude localizzate fuori Torino: la Reggia di Venaria Reale (To); il Castello di Rivoli (To); il Castello Reale di Moncalieri (To); la Palazzina di Caccia di Stupinigi (To).

I dati del Museo di Antichità del 2008 includono anche 121.243 ingressi alla mostra "Il Celeste Impero", per cui le visite relative al solo museo risultano di 18.132.

I dati del Museo Nazionale del Cinema includono le presenze all'ascensore panoramico della Mole Antonelliana.

Palazzo Madama e il Museo Civico di Arte Antica hanno riaperto il 16 dicembre 2006. Non sono inclusi gli ingressi allo scalone juvarriano.

La Villa della Regina è stata riaperta al pubblico l'8 luglio 2006.

Infini.to è stato inaugurato il 28 settembre 2007.

Il Castello di Moncalieri è chiuso da aprile 2008 per lavori di restauro.

Il Museo di Arti Orientali è stato inaugurato il 4 dicembre 2008.

Il PAV (Parco d'Arte Vivente) è stato inaugurato il 31 ottobre 2008.

Il Museo Storico d'Artiglieria dal 2008 è chiuso per restauri.

Il Museo della Frutta e il Museo di Anatomia sono stati inaugurati il 12 febbraio 2007.

Il dato del 2007 della Fondazione Sandretto include 12.048 partecipazioni ai laboratori didattici, per cui gli ingressi effettivi alle esposizioni sono stati 77.844.

La Palazzina di Stupinigi è chiusa dal febbraio 2007 per riallestimento.

I dati relativi al Castello di Racconigi includono le visite al Parco del Castello.

Il Museo Nazionale del Risorgimento è chiuso per riallestimento dal maggio 2006; i dati relativi al 2008 si riferiscono a visite guidate.

I dati relativi al Castello di Agliè includono le visite al Parco del Castello, chiuso nei mesi invernali.

I dati 2007 di Palazzo Cavour, relativi a 148.346 visite, sono una stima fornita dagli organizzatori che non è stata oggetto di procedura di certificazione e per tale motivo non è stata inserita in tabella.

Il Museo dell'Automobile è chiuso per riallestimento dal 10 aprile 2007; i dati del 2008 si riferiscono alla mostra "Trilogia dell'automobile" ospitata a Torino Esposizioni.

** Non è stata calcolata la variazione percentuale per i beni che hanno registrato una chiusura temporanea o definitiva.

*** Sono stati inseriti nell'insieme confrontabile i musei e beni culturali inaugurati o restituiti al pubblico dal 2006 al 2008.

nd = non disponibile

np = non pervenuto

Fonte: elaborazioni OCP su dati Cooperativa EtaBeta

Per i beni culturali del Sistema Metropolitano nel 2008 si è rilevato un ulteriore aumento di visite, assorbite in larga misura dalla Reggia di Venaria che, dopo la riapertura al pubblico nel 2007, è entrata a regime nell'offerta culturale dell'area metropolitana. Questo potere attrattivo della Reggia sposta in parte l'asse dei consumi dal centro cittadino all'intera area metropolitana.

Nel panorama torinese, il Museo del Cinema e il Museo Egizio confermano la loro importanza come *flagship* del sistema metropolitano assestandosi al di sopra delle 500.000 visite, mentre Palazzo Madama, terminato l'effetto novità dovuto alla restituzione alla città del bene, ha registrato una diminuzione di ingressi.

Palazzo Bricherasio, che nel 2007 ebbe un gran consenso da parte del pubblico, nel 2008 ha segnato una diminuzione attribuibile al minore *appeal* delle mostre in programma.

Tab. 3 VISITE A MUSEI E BENI CULTURALI IN PIEMONTE (2006-2008)*

PROV.	COMUNE	MUSEI E BENI CULTURALI	MESI			VISITE			VARIAZIONI %	
			2006	2007	2008	2006	2007	2008	07-06	08-07
AL	Acqui Terme	Museo Civico Archeologico	12	12	12	2.697	2.483	2.780	-7,93	11,96
	Alessandria	Esposiz. perm. "Le Stanze di Artù"	10	12	12	3.688	4.274	2.426	15,89	-43,24
	Alessandria	Museo Etnografico "C'era una volta"	12	12	11	11.732	11.816	11.571	0,72	-2,07
	Alessandria	Museo del Cappello Borsalino	nd	12	12	nd	4.132	2.383		-42,33
	Alessandria	Palazzo Asperia	4	-	-	11.729	np	np	-	-
	Alessandria	Palazzo Cuttica	11	11	12	1.945	2.309	3.634	18,71	57,38
	Casale Monferrato	Museo Civico di Casale Monf.to	12	12	12	7.560	7.024	5.450	-7,09	-22,41
	Casale Monferrato	Museo d'Arte e Storia Ebraica	11	11	10	18.671	17.891	17.312	-4,18	-3,24
	Gavi	Forte di Gavi	12	12	12	7.846	7.733	10.118	-1,44	30,84
	Novi Ligure	Museo del Campionissimi	12	12	12	8.860	6.844	6.602	-22,75	-3,54
	Serralunga di Crea	Sacro Monte di Crea	12	7	7	214.995	220.041	141.530	2,35	-35,68
	Volpedo	Studio Pelizza da Volpedo	12	12	12	3.666	14.986	3.375	308,78	-77,48
	Totale Provincia di Alessandria					293.389	299.533	207.181	2,09	-30,83
AT	Albugnano	Abbazia di Vezzolano	12	12	12	20.554	16.700	20.601	-18,75	23,36
	Asti	Complesso San Pietro	2	12	12	645	11.838	8.242	1735,35	-30,38
	Asti	Museo Civico Sant'Anastasio	12	12	12	6.456	7.275	9.429	12,69	29,61
	Asti	Torre Troyana	8	9	9	2.784	2.995	1.888	7,58	-36,96
	Castelnuovo	Museo Missionario Don Bosco	12	12	12	31.023	29.392	29.053	-5,26	-1,15
	Cisterna d'Asti	Museo Arti e Mestieri	12	12	12	4.358	4.147	3.094	-4,84	-25,39
	Totale Provincia di Asti					65.820	72.347	72.307	9,92	-0,06
BI	Biella	Fondazione Pistoletto	12	12	12	8.264	5.804	10.000	-29,77	72,29
	Biella	Museo del Territorio Biellese	12	12	12	4.191	8.446	20.849	101,53	146,85
	Totale Provincia di Biella					12.455	14.250	30.849	14,41	116,48
CN	Alba	Museo Civico "Federico Eusebio"	12	12	12	6.204	8.981	6.779	44,76	-24,52
	Barolo	Castello Falletti di Barolo	11	9	-	22.133	17.905	chiuso	-19,10	-
	Barolo	Museo dei Cavatappi	8	10	12	3.796	6.681	10.259	76,00	53,55
	Bra	Museo Civico Craveri	12	12	12	9.733	5.101	10.816	-47,59	112,04
	Busca	Castello del Roccolo	9	7	8	13.720	15.780	12.006	15,01	-23,92
	Caraglio	Filatoio Rosso	12	12	12	28.120	43.655	43.752	55,25	0,22
	Cuneo	Museo Civico di Cuneo	12	12	12	12.185	23.746	8.957	94,88	-62,28
	Dronero	Museo Mellé	4	12	12	324	706	1.573	117,90	122,80
	Frabosa Soprana	Grotte di Bossea	12	12	12	13.907	13.602	12.656	-2,19	-6,95
	Garressio	Castello Reale di Casotto	12	12	8	1.267	900	219	-28,97	-75,67
	Govone	Castello Reale di Govone	9	9	10	7.012	8.216	15.310	17,17	86,34
	Grinzane	Castello di Grinzane Cavour	11	9	11	16.177	18.742	31.953	15,86	70,49
	Guarene d'Alba	Fondazione Re Rebaudengo	3	4	3	609	1.146	765	88,18	-33,25
	Lagnasco	Castello dei Marchesi Tapparelli	-	-	-	np	np	chiuso	-	-
	Manta	Castello della Manta	11	11	11	24.370	22.877	22.335	-6,13	-2,37
	Piasco	Museo dell'Arpa	11	12	11	3.282	4.372	6.283	33,21	43,71
	Revello	Abbazia di Staffarda	12	12	12	17.308	16.901	16.175	-2,35	-4,30
	Rocca de Baldi	Museo Augusto Dono	7	6	8	850	935	747	10,00	-20,11

(continua)

(segue)

PROV.	COMUNE	MUSEI E BENI CULTURALI	MESI			VISITE			VARIAZIONI %	
			2006	2007	2008	2006	2007	2008	07-06	08-07
	Saliceto	Castello di Saliceto	5	-	-	307	np	np	-	-
	Saluzzo	Museo Civico Casa Cavassa	12	12	12	16.548	12.284	12.520	-25,77	1,92
	Savigliano	Museo Civico di Savigliano	11	11	11	7.085	6.614	8.247	-6,65	24,69
	Savigliano	Museo Ferroviario	12	11	3	4.031	3.751	3.601	-6,95	-4,00
	Savigliano	Palazzo Muratori Cravetta	12	12	12	452	880	744	94,69	-15,45
	Savigliano	Palazzo Taffini	12	12	12	484	941	834	94,42	-11,37
	Serralunga d'Alba	Castello di Serralunga	12	12	12	18.144	17.922	15.751	-1,22	-12,11
	Vinadio	Forte di Vinadio	7	7	7	5.169	20.837	12.114	303,11	-41,86
	Totale Provincia di Cuneo					233.217	273.475	254.396	17,26	-6,98
NO	Casalbeltrame	Museo Etnog. Attrezzo Agricolo	nd	11	11	nd	1.998	3.004	3,004	50,35
	Novara	Civiche Raccolte del Broletto	10	9	9	10.212	2.154	1.494	-78,91	-30,64
	Novara	Museo Faragiana Ferrandi	12	12	12	8.119	10.709	9.937	31,90	-7,21
	Orta San Giulio	Sacro Monte d'Orta	12	12	12	30.728	37.380	43.144	21,65	15,42
	Vaccaggio di Ameno	Fondazione Calderara	6	6	6	1.232	1.431	1.124	16,15	-21,45
	Totale Provincia di Novara					50.291	53.672	58.703	6,72	9,37
TO	Bardonecchia	Forte di Bramafam	6	7	11	5.218	5.432	5.697	4,10	4,88
	Caravino	Castello di Masino	11	11	11	50.273	57.225	76.142	13,83	33,06
	Carmagnola	Museo Civico Storia Naturale	12	12	6	2.389	1.828	1.450	-23,48	-20,68
	Chieri	Museo del Tessile	10	10	10	3.500	3.570	3.800	2,00	6,44
	Chieri	Museo Martini	11	11	11	5.281	4.400	4.140	-16,68	-5,91
	Exilles	Forte di Exilles	12	12	12	32.756	28.366	25.305	-13,40	-10,79
	Fenestrelle	Forte di Fenestrelle	12	12	12	35.540	32.618	35.400	-8,22	8,53
	Frossasco	Museo dell'Emigrazione	nd	nd	nd	nd	nd	668		
	Grugliasco	Museo del Grande Torino	8			1.515				
	Pinerolo	Museo Civico dell'Arte Preistorica	12	11	12	5.880	3.215	2.561	-45,32	-20,34
	Pinerolo	Museo dell'Arma di Cavalleria	12	12	12	9.348	4.675	6.771	-49,99	44,83
	Pinerolo	Palazzo Vittone - Collez. Civica d'Arte	12	12	12	5.758	1.457	1.794	-74,70	23,13
	Pinerolo	Palazzo Vittone - Mus. Scienze Nat.	12	12	12	5.892	2.413	1.881	-59,05	-22,05
	Prali	Scoprimeria	12	10	9	20.877	19.592	14.352	-6,16	-26,75
	Rivara	Castello di Rivara	12	11	11	7.460	6.774	5.810	-9,20	-14,23
	Rosta	Abbazia di S. Antonio di Ranverso	12	12	12	9.258	9.298	8.970	0,43	-3,53
	Sant'Ambrogio	Sacra di San Michele	12	12	12	101.149	100.124	99.910	-1,01	-0,21
	Santena	Castello Cavour di Santena	11	10	11	2.138	3.435	3.278	60,66	-4,57
	Settimo Torinese	Ecomuseo del Freidano	11	10	12	7.826	5.996	4.724	-23,38	-21,21
	Susa	Museo Diocesano Arte Sacra	11	12	10	11.498	2.222	7.918	-80,67	256,35
	Torre Pellice	Museo Valdese	11	12	12	4.801	5.917	4.904	23,25	-17,12
	Trana	Giardino Botanico Rea	6	12	7	2.311	11.452	1.046	395,54	-90,87
	Totale Provincia di Torino **					329.153	310.009	318.036	-5,82	2,59
VB	Gignese	Museo dell'Ombrello	5	4	6	2.308	1.593	3.009	-30,98	88,89
	Verbania	Giardini Villa Taranto	9	9	8	135.925	133.940	135.450	-1,46	1,13
	Verbania	Museo del Paesaggio	8	9	12	7.272	5.768	5.877	-20,68	1,89
	Totale Provincia di Verbania					145.505	141.301	144.336	-2,89	2,15

(continua)

(segue)

PROV.	COMUNE	MUSEI E BENI CULTURALI	MESI			VISITE		VARIAZIONI %		
			2006	2007	2008	2006	2007	2008	07-06	08-07
VC	Alagna Valsesia	Waiser Museum	12	12	12	6.949	8.730	6.282	25,63	-28,04
	Moncrivello	Castello di Moncrivello	6	7	6	1.211	2.345	3.500	93,64	49,25
	Varallo	Pinacoteca di Varallo	12	12	12	5.055	3.489	2.637	-30,98	-24,42
	Varallo	Sacro Monte di Varallo	12	12	12	121.653	162.700	150.687	33,74	-7,38
	Vercelli	Museo Camillo Leone	12	12	12	6.483	4.544	7.037	-29,91	54,86
	Vercelli	Museo del Tesoro del Duomo	11	11	8	3.550	853	687	-75,97	-19,46
	Vercelli	Museo Francesco Borgogna	12	12	12	5.979	5.076	6.640	-15,10	30,81
	Totale Provincia di Vercelli					150.880	187.737	177.470	24,43	-5,47
	Totale musei monitorati dal 2006***					1.280.710	1.352.324	1.263.278	5,59	-6,58
PROV.	COMUNE	MUSEI E BENI CULTURALI	MESI			MESI		2008		
AL	Alessandria	Teatro delle Scienze					12		5.263	
AL	Bistagno	Gipsoteca Giulio Monteverde					12		1.218	
AL	Conzano	Villa Vidua					10		21.300	
AL	Ovada	Museo Paleontologico "Giulio Maini"					12		1.589	
AL	Rocca Grimalda	Museo della maschera					10		2.953	
AL	Tortona	Pinacoteca della Fondazione Cassa di Risparmio di Tortona					12		4.003	
AT	Asti	Sito Archeologico della Domus Romana					12		1.285	
BI	Biella	Giardino Botanico di Oropa					7		4.810	
BI	Biella	Museo del Santuario d'Oropa					12		6.023	
BI	Candelo	Ecomuseo del Biellese - Ricetto del Candelo					12		46.802	
BI	Cossato	Ecomuseo del Biellese - Ecomuseo del Cossatese e delle Baragge					9		305	
BI	Mezzana Mortigliengo	Ecomuseo del Biellese - Museo del Laboratorio del Mortigliengo					10		1.217	
BI	Mongrando	Fucina Morino - Ecomuseo della lavorazione del ferro					12		310	
BI	Muzzano	Ecomuseo della Civiltà montanara					12		2.050	
BI	Netro	Ex officine Rubino-Centro di documentazione sulla lavorazione del ferro					4		550	
BI	Ronco Biellese	Ecomuseo del Biellese - Ecomuseo della terracotta					12		548	
BI	Salussola	Museo Laboratorio dell'oro e della pietra					9		357	
BI	Sordevolo	Monastero della Trappa - Ecomuseo della tradizione costruttiva					7		2.900	
BI	Zubiena	Ecomuseo del Biellese - Museo dell'oro e della Bessa					12		2.050	
CN	Borgo San Dalmazzo	Museo dell'Abbazia di Borgo San Dalmazzo					12		2.543	
CN	Bra	Museo del giocattolo					12		2.942	
CN	Bra	Palazzo Traversa					12		3.864	
CN	Caraglio	Convento dei Cappuccini					8		4.349	
CN	Chiusa di Pesio	Museo della Regia Fabbrica di vetri e cristalli					12		1.226	
CN	Demonte	Palazzo Borelli					5		439	
CN	Fossano	Museo Diocesano					12		1.311	
CN	Magliano Alfieri	Museo delle Arti e Tradizioni Popolari					12		2.004	
CN	Mombasiglio	Museo Generale Bonaparte					10		434	
CN	Mondovì	Museo della stampa					9		590	
CN	Mondovì	Torre Civica del Belvedere					9		1.960	
CN	Revello	Museo Naturalistico del Fiume Po					12		1.069	

(continua)

(segue)

PROV.	COMUNE	MUSEI E BENI CULTURALI	MESI	2008
CN	Saluzzo	Torre Civica	12	4.338
CN	Saluzzo	Villa Belvedere - Villa Radicati	7	2.756
CN	Sanfront	Bongata Museo Balma Boves	9	4.803
NO	Oleggio	Museo Civico Archeologico Etnografico Fanchini	12	5.295
NO	San Maurizio d'Opaglio	Museo del rubinetto	8	237
TO	Avigliana	Museo del Dinamitificio Nobel	12	657
TO	Bardonecchia	Museo di Arte Religiosa Alpina Melezet	12	1.113
TO	Carmagnola	Ecomuseo della canapa	7	505
TO	Carmagnola	Museo Civico Navale	6	504
TO	Carmagnola	Museo Tipografico Rondani	12	580
TO	Chiomonte	Museo Archeologico	10	2.761
TO	Ciniè	Villa Remmert	3	1.832
TO	Cuorgnè	Museo Archeologico del Canavese	12	2.744
TO	Frossasco	Museo del gusto	12	5.163
TO	Giaglione	Museo di Arte Religiosa Alpina	12	173
TO	Novalesa	Museo di Arte Religiosa Alpina	12	224
TO	Pavone Canavese	Museo del Centro Studi D'Andrade	12	600
TO	Pinerolo	Museo Etnografico	9	2.639
TO	Pinerolo	Museo Storico del Mutuo Soccorso	6	829
TO	San Giorgio di Susa	Cappella del Conte	12	494
TO	Usseggio	Museo Civico Alpino Tazzetti	11	3.160
Totale musei monitorati dal 2008				1.432.949

* I dati sulle visite al Sacro Monte di Varallo Sesia (Vc) sono frutto di stime degli organizzatori.

I dati del Museo del Paesaggio di Verbania comprendono le presenze a Palazzo Biumi Innocenti e a Palazzo Viani Dughani.

I dati 2007 del Sacro Monte di Crea si riferiscono all'intera area attrezzata, mentre le visite alla Cappella Paradiso nel 2007 sono state 1.712.

Il Castello Falletti di Barolo nel 2008 è chiuso per restauri.

Il Museo del Cappello Borsalino è stato inaugurato nel maggio 2006.

Il Museo Etnografico dell'Attrezzo Agricolo ha aperto nel 2006.

Il Museo dei Cavatappi ha aperto nel maggio 2006.

Il Museo del Grande Torino è stato inaugurato il 20 aprile 2008.

** La Provincia di Torino non comprende il Sistema Museale Metropolitano.

*** Sono stati inseriti nell'insieme confrontabile i musei e beni culturali inaugurati o restituiti al pubblico dal 2006 al 2008.

nd = non disponibile

np = non pervenuto

Fonte: elaborazioni OCP su dati Cooperativa EtaBeta

Nel 2008, diversamente dall'anno precedente, le affluenze nelle Province hanno registrato una diminuzione, evidenziando le difficoltà a mantenere costante l'attenzione del pubblico verso le realtà al di fuori dell'area metropolitana. Va messo in evidenza che anche per i musei regionali tali oscillazioni dipendono in parte dalla realizzazione di attività di richiamo per il pubblico; per tale motivo il calo di visite va considerato "fisiologico".

È la Provincia di Alessandria a riportare il maggior calo di afflussi, in cui le variazioni più cospicue sono state quelle del Sacro Monte di Crea e dello Studio di Pellizza da Volpedo.

La Provincia di Cuneo, sebbene abbia registrato un andamento decrescente rispetto al 2007, ospita alcune realtà che continuano a consolidarsi, come il Filatoio Rosso e il Castello della Manta, mentre il Forte di Vinadio, pur restando al di sopra dei livelli di pubblico del 2006, ha scontato la fine dell'effetto attrattivo dell'allestimento inaugurato nel 2007.

Nel Biellese va messo in luce il risultato positivo raggiunto dal Museo del Territorio del Biellese, grazie anche all'attività espositiva realizzata.

Anche nella Provincia di Torino si evidenzia un lieve aumento, nel cui ambito va segnalato la crescita degli ingressi al Castello di Masino.

MOSTRE IN PIEMONTE

Tab. 4 MOSTRE IN PIEMONTE. QUADRO RIASSUNTIVO (2006-2008)

ANNO	MUMERO DI MOSTRE CENSITE OCP	VISITE COMPLESSIVE*	NUMERO DI MOSTRE CON INGRESSI SUPERIORI AI 10.000	VISITE COMPLESSIVE* ALLE MOSTRE CON INGRESSI SUPERIORI AI 10.000	MOSTRE NEL SMM CON INGRESSI SUPERIORI AI 10.000	VISITE COMPLESSIVE* NEL SMM ALLE MOSTRE CON INGRESSI SUPERIORI AI 10.000
2006	184	1,7	40	1,3	34	1,1
2007	154	1,6	43	1,4	37	1,2
2008	201	1,9	55	1,6	41	1,4

*La cifra è espressa in milioni

Fonte: elaborazione OCP su dati "Giornale dell'arte" n. 286 (4/2009) e rilevazioni dirette dell'OCP

Tab. 5 MOSTRE IN PIEMONTE. SUDDIVISIONE PER FASCE DI VISITE (2008)

	NUMERO DI MOSTRE	INGRESSI TOTALI
Numero di visite superiori a 100.000	3	438.305
Numero di visite tra 50.000 e 100.000	3	216.168
Numero di visite tra 30.000 e 50.000	10	374.612
Numero di visite tra 10.000 e 30.000	39	647.409
Numero di visite tra 5.000 e 10.000	14	107.154
Numero di visite inferiore a 5.000	132	155.064
Totale	201	1.938.712

Fonte: elaborazione OCP su dati "Giornale dell'arte" n. 286 (4/2009) e rilevazioni dirette dell'OCP

Le esposizioni temporanee censite dall'Osservatorio nel 2008 sono state circa 200, con un afflusso stimabile in circa 1,9 milioni di visite; rispetto agli anni precedenti si rileva un lieve aumento sia nel numero di eventi realizzati sia nel flusso di pubblico.

In relazione alle dimensioni del pubblico, è da evidenziare che la maggior parte delle mostre realizzate in Piemonte nel 2008 ha registrato un numero di visite inferiori a 10.000.

È il capoluogo piemontese a segnare sempre una maggiore concentrazione sia di eventi realizzati sia di pubblico: nell'area metropolitana sono state censite 41 mostre che hanno totalizzato circa 1,4 milioni di ingressi.

Tab. 6 MOSTRE PIÙ VISITATE IN PIEMONTE (2008)*

PROV	COMUNE	SEDE	TITOLO	INIZIO	TERMINE	VISITE COMPLESSIVE
TO	Venaria	Reggia di Venaria	Manti regali a corte. Dal corredo della Regina Maria José di Savoia **	01-07-08	03-11-08	201.666
TO	Torino	Museo di Antichità	Il Celeste Impero. Dall'esercito di terracotta alla via della seta	10-07-08	16-11-08	121.243
TO	Torino	Museo del Cinema	Time after Time. Nespolocinema	13-06-08	14-09-08	115.396
TO	Rivoli	Castello di Rivoli	Una stanza tutta per sé	02-04-08	02-01-09	80.082
TO	Torino	Palazzo Bricherasio	Canaletto e Bellotto. L'arte della veduta	14-03-08	15-06-08	79.689
TO	Torino	Palazzo Madama	Roberto Sambonet - Designer, grafico, artista	07-04-08	06-07-08	56.397
TO	Torino	Museo del Cinema	Il secolo dell'Avvocato	12-02-08	16-03-08	48.548
TO	Torino	Palazzo Bricherasio	Delleani e il suo tempo	26-09-08	25-01-09	46.045
TO	Torino	Palazzo Madama	Rosso corallo	29-07-08	28-09-08	45.044
TO	Rivoli	Castello di Rivoli	Dipingere la vita moderna	06-02-08	04-05-08	40.856
TO	Torino	GAM	Fabre e l'Italia	11-03-08	02-06-08	36.127
CN	Alba	Fondazione Ferrero	Il cioccolato. Dai Maya al XX Secolo	19-10-08	18-01-09	33.578
TO	Torino	Museo dell'Automobile	Trilogia dell'Automobile - Dream	18-09-08	23-11-08	32.000
TO	Rivoli	Castello di Rivoli	Roberto Cuoghi	06-05-08	27-07-08	31.808
TO	Torino	Fondazione Sandretto	Youprison. Riflessioni sulla limitazione di spazio e libertà	12-06-08	12-10-08	30.606
VC	Vercelli	ARCA	Peggy Guggenheim e la nuova pittura americana	21-11-08	15-03-09	30.000
TO	Torino	Pinacoteca Agnelli	Scoprire il design	20-03-08	06-07-08	29.314
TO	Torino	Museo Regionale di Scienze Naturali	Shell Wildlife Photographer of the Year	18-01-08	24-03-08	27.940
TO	Torino	Museo Regionale di Scienze Naturali	Marcus Parisini - Il disegno e la natura	15-04-08	02-06-08	27.331
TO	Torino	Fondazione Sandretto	Atelier van Lieshout - Living spaces	18-09-08	12-12-08	25.141
TO	Torino	Palazzo Bricherasio	Questo mondo è fantastico. Vent'anni con Guido Carbone	19-03-08	13-04-08	24.405
TO	Torino	GAM	Francesco Jodice - Fotografie	11-09-08	16-12-08	23.243
TO	Torino	GAM	Enzo Mari. L'arte del design	29-10-08	01-02-09	22.214
TO	Torino	Palazzo Bricherasio	Penna, inchiostro e calamaio	12-12-08	18-01-09	21.263
TO	Torino	Fondazione Sandretto	Greenwashing	28-02-08	18-05-08	21.091
TO	Torino	Museo dell'Automobile	Trilogia dell'Automobile - Velocità	18-04-08	17-08-08	20.449
TO	Torino	OGR	Torino O11 - Biografia di una città	29-06-08	08-12-08	19.627
CN	Caraglio	Filatoio Rosso	Fantasie guerriere. Una storia di seta fra Roberto Capucci e i Samurai dal XVI al XXI sec.	27-09-08	06-01-09	17.812
BI	Biella	Museo del Territorio del Biellese	Imer Guala - La doppia realtà. Rilievi dipinti 1989-2008	03-07-08	03-08-09	17.109
TO	Exilles	Forte di Exilles	Sergio Floriani - Signum forte	22-06-08	30-09-08	16.703
TO	Rivalta	Castello di Rivalta	RivARTE. Rivalta apre all'ARTE. Idee, progetti e sviluppi nel Castello Comunale di Rivalta di Torino	15-03-08	02-06-08	16.226
TO	Torino	Museo Regionale di Scienze Naturali	D come Design. La mano, la mente, il cuore	08-03-08	27-04-08	16.212
TO	Venaria	Reggia di Venaria Scuderie juvarriane	L'oro del design. Compasso d'oro	24-04-08	31-08-08	16.103
TO	Torino	Museo Regionale di Scienze Naturali	Fogli botanici. Le famiglie della flora italiana	12-06-08	12-10-08	15.980
TO	Torino	Museo Nazionale della Montagna	Finalmente una donna. Ritratti di montagne al femminile	29-05-08	21-09-08	15.791

(continua)

OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE 2008

(segue)

PROV	COMUNE	SEDE	TITOLO	INIZIO	TERMINE	VISITE COMPLESSIVE
CN	Caraglio	Filatoio Rosso	Non tutti i bruchi diventano farfalle... Storie di fili di seta	15-03-08	15-06-08	15.544
TO	Torino	Palazzo Bricherasio	Vivaldimania. Una storia torinese	23-04-08	08-06-08	15.301
TO	Torino	Museo Regionale di Scienze Naturali	Gianna Tuninetti - Impressioni botaniche. Le stagioni dei fiori e dei frutti negli acquarelli inediti	26-09-08	16-11-08	15.212
AT	Asti	Associazione Fondo Giov-Anna Piras	InterAzioni	13-04-08	05-07-08	15.000
TO	Torino	Palazzo Bricherasio	Guarini, Juvarra, Antonelli. Segni e simboli per Torino	28-06-08	14-09-08	14.400
TO	Rivoli	Castello di Rivoli	Per una collezione di fotografia	10-06-08	31-08-08	13.855
CN	Caraglio	Filatoio Rosso	Ettore Fico	20-09-08	30-12-08	13.436
CN	Caraglio	Filatoio Rosso	Patrizia Guerresi Maimouna - Le stanze dei giganti	20-09-08	30-12-08	13.436
TO	Rivoli	Casa del Conte Verde	Le Porte del Mediterraneo	23-04-08	28-09-08	13.000
BI	Biella	Museo del Territorio del Biellese	Lorenzo Delleani - La vita e le opere	27-09-08	01-02-09	12.812
TO	Torino	Pinacoteca Agnelli	Xavier Veilhan. Furtivo	05-08-08	16-11-08	12.805
TO	Torino	GAM	Ugo Mulas. La scena dell'arte	26-06-08	05-10-08	12.467
TO	Rivoli	Castello di Rivoli	Christian Frosi	06-11-08	07-12-08	12.102
AT	Asti	Associazione Fondo Giov-Anna Piras	Art&Sounds. Interazione tra arte contemporanea e musica	12-04-08	05-07-08	12.000
TO	Torino	Fondazione Sandretto	Martí Guixé - Living Spaces	05-06-08	05-07-08	11.194
TO	Venaria	Reggia di Venaria	100 anni di volo italiano in Piemonte	14-09-08	20-09-08	10.553
TO	Torino	Fondazione Merz	Matthew Barney. Mitologie contemporanee	31-10-08	11-01-09	10.123
TO	Torino	Fondazione Merz	Per Barclay	28-11-08	11-01-09	10.123
TO	Torino	Borgo e Rocca Medievale	Francesco Tamagno al Borgo. La carriera internazionale di un grande tenore dell'Ottocento	11-03-08	15-06-08	10.092
TO	Agliè	Castello	Scultura Natura. Oriente Occidente	01-06-08	12-10-08	10.000

* I dati presenti nella tabella vanno considerati come stima delle presenze alla mostra, poiché risulta spesso impossibile distinguere le visite alle esposizioni temporanee da quelle alle collezioni permanenti e alle altre mostre concomitanti.

** Il totale delle visite include la riapertura della mostra dal 23 dicembre 2008 al 23 gennaio 2009.

Sono considerate le mostre cominciate nel 2008 e terminate entro il 28 febbraio 2009, ad eccezione della mostra "Peggy Guggenheim e la nuova pittura americana", terminata il 15 marzo 2009.

Fonte: elaborazione OCP su dati "Giornale dell'arte" n. 286 (4/2009) e rilevazioni dirette dell'OCP

SALONI

Tab. 7 PRESENZE AI SALONI (2006-2008)

	2006	2007	2008
Artissima	37.500	43.000	45.000
Fiera del Libro	304.000	303.000	300.000
Salone del Gusto 2008*	172.400	-	180.000
Antiquaria - Biennale di Antiquariato**	16.000	-	10.721
Totale confrontabile	513.900	346.000	525.000
XXIII Congresso Mondiale degli Architetti			10.140
Totale 2008			535.140

* Il Salone del Gusto ha cadenza biennale.

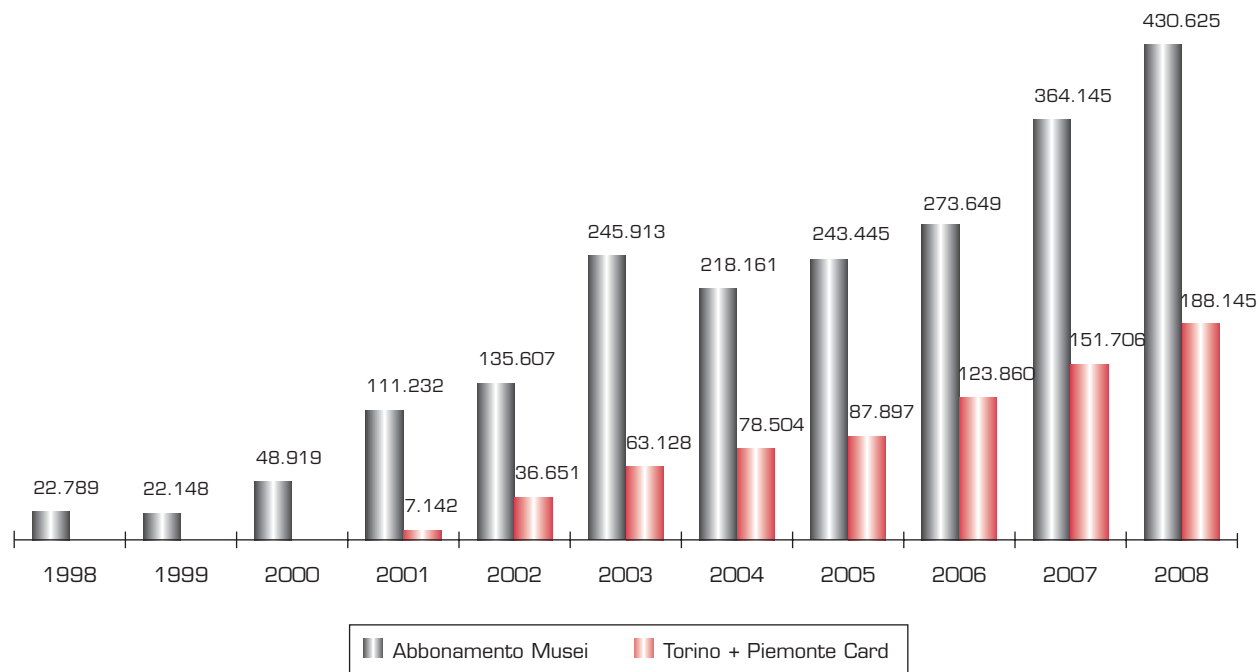
** L'edizione 2006 della mostra-mercato biennale di antiquariato si è svolta a Stupinigi, mentre quella del 2008 si è tenuta alla Reggia della Venaria Reale.

Fonte: elaborazione OCP su dati L'Eau Vive - Comitato Rota e OCP

Il gradimento e l'interesse del pubblico per le principali fiere e mostre-mercato che contribuiscono a definire l'offerta culturale è confermato anche nel 2008, anno particolarmente ricco di eventi: accanto alle fiere annuali e biennali solitamente ospitate in Regione, Torino è stata teatro del Congresso Mondiale degli Architetti, che ha registrato oltre 10.000 presenze.

TESSERE DI LIBERO ACCESSO

Fig. 2 ANDAMENTO DELLE VISITE CON TESSERE DI LIBERO ACCESSO (1998-2008)

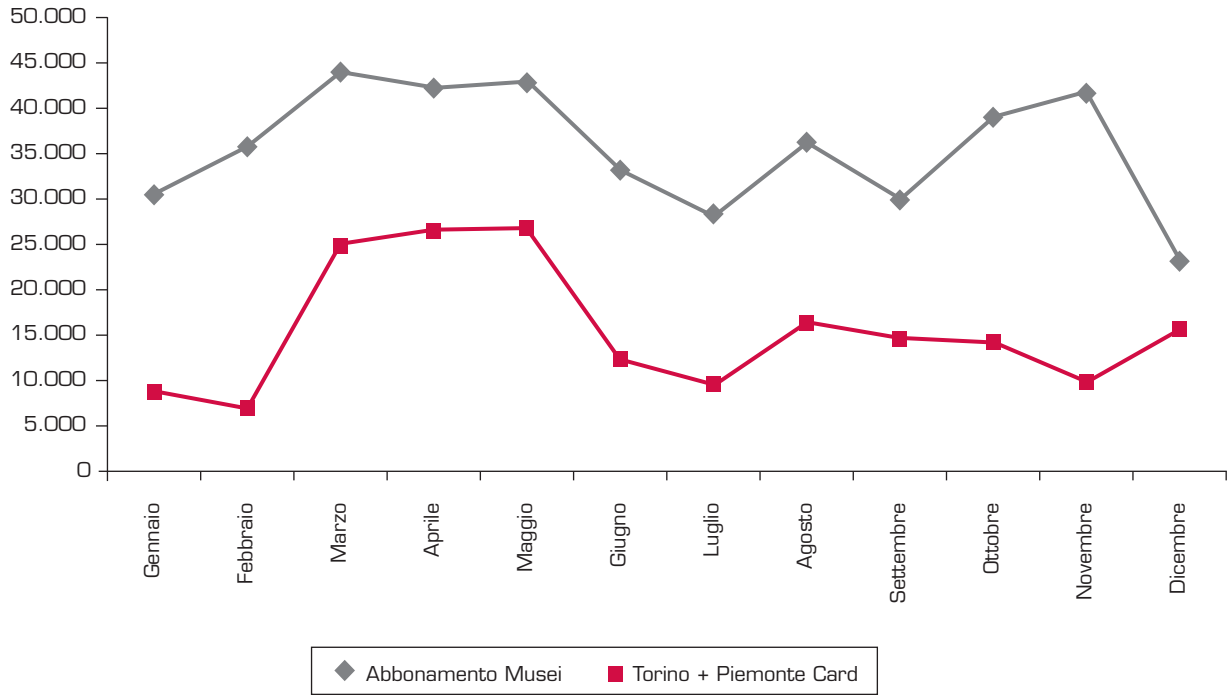


Fonte: elaborazione e dati Associazione Torino Città Capitale Europea

Nel 2008 continua l'andamento positivo delle visite con le tessere di libero accesso²³: questa tendenza conferma sia la presenza di "forti" consumatori piemontesi di attività culturali riferite ai musei sia una crescente attenzione per i beni regionali da parte dei visitatori provenienti da fuori Regione.

²³ L'abbonamento Musei Torino Piemonte e la Torino + Piemonte Card sono forme di tesseramento (annuale la prima, da 2 a 7 giorni la seconda) che concedono l'ingresso libero e per un numero illimitato di volte ai musei e beni culturali piemontesi che aderiscono all'iniziativa. Forniscono inoltre agevolazioni per acquisti di diversa natura (dai trasporti ai biglietti per spettacoli, ecc.).

Fig. 3 ANDAMENTO MENSILE DELLE VISITE CON TESSERE DI LIBERO ACCESSO (2008)



Fonte: elaborazione e dati Associazione Torino Città Capitale Europea

TURISMO

Tab. 8 ANDAMENTO DEL FLUSSO TURISTICO IN PIEMONTE (2000-2008)

ANNO	ARRIVI	VARIAZIONE %	PRESENZE	VARIAZIONE %	TMP*
2000	2.532.630	-	8.092.269	-	3,2
2001	2.682.994	5,9	8.770.355	8,4	3,3
2002	2.651.068	-1,2	8.591.889	-2,0	3,2
2003	2.810.110	6,0	8.944.345	4,1	3,2
2004	2.872.642	2,2	9.341.598	4,4	3,3
2005	3.289.398	14,5	10.209.190	9,3	3,1
2006	3.313.508	0,7	11.094.330	8,7	3,3
2007	3.351.621	1,2	10.316.710	-7,0	3,1
2008	3.476.243	3,7	11.560.866	12,1	3,3

* TMP = Tempo medio di permanenza.

Fonte: elaborazione OCP su dati Osservatorio Turistico Regionale

Tab. 9 AFFLUSSO TURISTICO NELLE PROVINCE DEL PIEMONTE (2006-2008)

PROV.	TOTALE 2006			TOTALE 2007			TOTALE 2008			VARIAZIONI %			
	ARRIVI	PRESENZE	TMP*	ARRIVI	PRESENZE	TMP*	ARRIVI	PRESENZE	TMP*	ARRIVI	PRESENZE	ARRIVI	PRESENZE
AL	225.655	538.572	2,4	239.095	550.385	2,3	260.866	594.246	2,3	6,0	2,2	9,1	8,0
AT	94.769	231.365	2,4	95.443	228.357	2,4	96.171	242.231	2,5	0,7	-1,3	0,8	6,1
BI	74.119	230.823	3,1	73.813	219.504	3,0	75.880	234.133	3,1	-0,4	-4,9	2,8	6,7
CN	410.964	1.286.713	3,1	457.882	1.363.890	3,0	465.279	1.372.786	3,0	11,4	6,0	1,6	0,7
NO	336.228	973.648	2,9	373.512	1.053.423	2,8	375.074	1.046.311	2,8	11,1	8,2	0,4	-0,7
TO	1.445.256	5.099.751	3,5	1.362.130	3.921.802	2,9	1.482.822	5.272.428	3,6	-5,8	-23,1	8,9	34,4
VC	66.500	273.339	4,1	72.647	325.490	4,5	79.403	316.239	4,0	9,2	19,1	9,3	-2,8
V.C.O.	660.017	2.460.119	3,7	677.099	2.653.859	3,9	640.748	2.482.492	3,9	2,6	7,9	-5,4	-6,5
Totale													
Piem.	3.313.508	11.094.330	3,3	3.351.621	10.316.710	3,1	3.476.243	11.560.866	3,3	1,2	-7,0	3,7	12,1

* TMP = Tempo medio di permanenza

Fonte: elaborazione OCP su dati Osservatorio Turistico Regionale

Alla luce dei dati complessivi sul turismo riferiti all'intera Regione si può affermare che il Piemonte si va consolidando come meta turistica, non esclusivamente per le eccellenze nell'ambito dell'offerta lacustre, enogastronomica e congressuale, ma anche in relazione all'offerta culturale. Ciò è evidente anche in relazione agli arrivi nell'area metropolitana, che nel 2008 superano addirittura quelli del 2006, mentre l'andamento positivo delle presenze in alcune Province fa segnare un aumento dei giorni medi di permanenza.

PUBBLICO DEI MUSEI E BENI CULTURALI IN PIEMONTE

I dati presentati nelle figure e nelle tabelle seguenti sono tratti dall'*Indagine sul pubblico dei musei piemontesi* realizzata dall'Osservatorio Culturale del Piemonte tra la fine del 2007 e il 2008, di cui nella Relazione Annuale 2007 furono anticipate alcune evidenze.

Le presenti elaborazioni sono state effettuate sul totale di 6.322 questionari compilati nei seguenti musei e beni culturali oggetto di indagine: Arca (Vercelli), Castello di Racconigi, Castello di Rivoli, Filatotio Rosso (Carraglio), Forte di Exilles, Museo Clizia (Chivasso), Museo dei Campionissimi (Novi Ligure), Museo del Territorio del Biellese (Biella), Reggia di Venaria (Venaria), GAM (Torino), Museo del Cinema (Torino), Museo Egizio (Torino), Palazzo Bricherasio (Torino), Palazzo Madama (Torino), Palazzo Reale (Torino).

Fig. 4 DISTRIBUZIONE PER CLASSI DI ETÀ DEI VISITATORI RESIDENTI IN PIEMONTE. CONFRONTO CON POPOLAZIONE RESIDENTE (2008)

VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazione e dati OCP

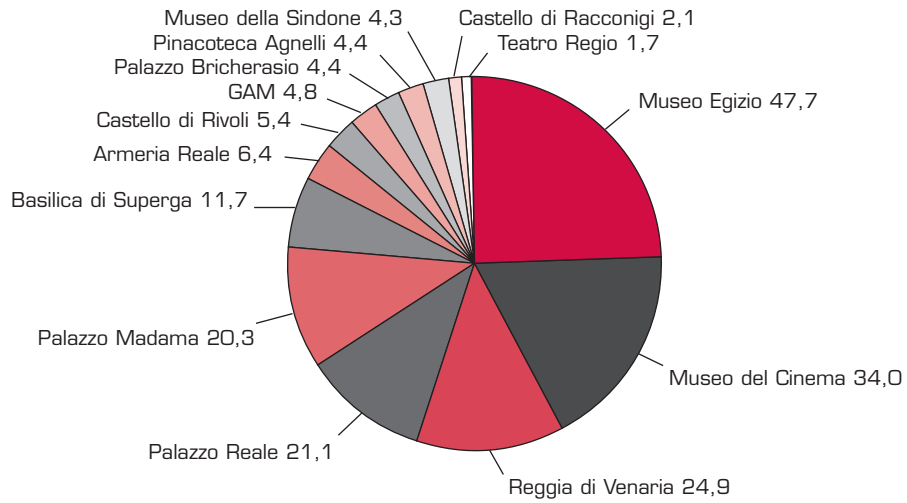
Tab. 10 LA PROVENIENZA DEI VISITATORI NEI SINGOLI PERIODI DI ANALISI

VALORI PERCENTUALI

	INVERNO	PRIMAVERA	ESTATE	TOTALE
Torino e Provincia	41,7	38,8	39,2	40,3
Piemonte	11,1	12,7	11,6	11,9
Altre Regioni italiane	38,2	39,0	30,8	37,2
Estero	9,1	9,5	18,4	10,5

Fonte: elaborazione e dati OCP

Fig. 5 MUSEI E BENI CULTURALI CHE I VISITATORI PROVENIENTI DA FUORI REGIONE HANNO VISITATO O INTENDONO VISITARE
VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazione e dati OCP

SPETTACOLO DAL VIVO

Tab. 11 RAPPRESENTAZIONI DI SPETTACOLO DAL VIVO IN PIEMONTE (2006-2008)

GENERE	2006	2007	2008	VARIAZIONI %	
				2007-2006	2008-2007
Teatro	5.469	5.874	5.996	2,1	2,1
Rivista e commedia musicale	112	150	177	33,9	18,0
Burattini e marionette	208	215	224	3,4	4,2
Arte varia	4.433	5.147	4.445	16,1	-13,6
Totale Attività Teatrale	10.222	11.386	10.842	11,4	-4,8
Concerti classici	835	902	854	8,0	-5,3
Concerti di musica leggera	1.990	2.259	2.178	13,5	-3,6
Concerti jazz	349	328	294	-6,0	-10,4
Lirica	179	198	238	10,6	20,2
Totale Attività Musicale	3.353	3.687	3.564	10,0	-3,3
Balletto	675	684	634	1,3	-7,3
Totale Attività Coreutica	675	684	634	1,3	-7,3
Totale attività di spettacolo dal vivo	14.250	15.757	15.040	10,6	-4,6

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE

Stando ai dati SIAE, nel triennio 2006-2008 l'offerta di spettacolo dal vivo in Piemonte è caratterizzata da un andamento piuttosto altalenante. Nonostante si registri una diminuzione delle attività proposte rispetto al 2007 (-4,6%), se si allarga il confronto ai tre anni emerge un aumento piuttosto significativo (+5,5%) delle rappresentazioni sul territorio regionale. Analizzando i diversi generi si evidenzia come il calo di offerta più considerevole sia da riferire al settore dell'attività teatrale, in cui rientra anche l'"arte varia" per la quale si manifesta una flessione di oltre il 13% nell'ultimo biennio.

Tab. 12 BIGLIETTI VENDUTI PER LE ATTIVITÀ TEATRALI E MUSICALI IN PIEMONTE (2006-2008)

GENERE	2006	2007	2008	VARIAZIONI %	
				2007-2006	2008-2007
Teatro	902.869	955.138	925.085	5,8	-3,1
Rivista e commedia musicale	78.641	102.691	117.873	30,6	14,8
Burattini e marionette	17.178	19.929	22.382	16,0	12,3
Arte varia	90.671	46.249	30.664	-49,0	-33,7
Totale Attività Teatrale	1.089.359	1.124.007	1.096.004	3,2	-2,5
Concerti classici	206.252	259.205	228.452	25,7	-11,9
Concerti di musica leggera	475.841	627.003	580.810	31,8	-7,4
Concerti jazz	28.156	26.706	34.359	-5,1	28,7
Lirica	131.270	139.812	184.917	6,5	32,3
Totale Attività Musicale	841.519	1.052.726	1.028.538	25,1	-2,3
Balletto	218.416	244.830	189.895	12,1	-22,4
Totale Attività Coreutica	218.416	244.830	189.895	12,1	-22,4
Totale attività di spettacolo dal vivo	2.149.294	2.421.563	2.314.437	12,7	-4,4

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE

Per ciò che concerne la domanda i dati SIAE mettono in luce una sostanziale stabilità nel corso del triennio nonostante una diminuzione delle presenze del 4,4% rispetto al 2007. Infatti, se si considerano i biglietti venduti rispetto a quelli del 2006, l'andamento risulta positivo per tutti i generi di spettacolo dal vivo considerati con un aumento del 7,7% degli spettatori a livello complessivo.

Tab. 13 SPESA DEL PUBBLICO PER ATTIVITÀ DI SPETTACOLO DAL VIVO IN PIEMONTE (2006-2008)

GENERE	2006	2007	2008	VARIAZIONI %	
				2007-2006	2008-2007
Teatro	10.152.553	12.433.733	12.655.553	22,5	1,8
Rivista e commedia musicale	1.392.841	2.098.177	2.528.131	50,6	20,5
Burattini e marionette	65.432	83.979	83.990	28,3	0,0
Arte varia	5.376.886	519.820	377.004	-90,3	-27,5
Totale Attività Teatrale	16.987.710	15.135.708	15.644.677	-10,9	3,4
Concerti classici	2.344.477	2.917.160	2.920.511	24,4	0,1
Concerti di musica leggera	7.894.762	14.747.723	12.823.489	86,8	-13,0
Concerti jazz	277.210	278.301	459.053	0,4	64,9
Lirica	5.013.723	4.897.387	5.290.542	-2,3	8,0
Totale Attività Musicale	15.530.172	22.840.571	21.493.596	47,1	-5,9
Balletto	3.109.748	3.611.863	2.318.324	16,1	-35,8
Totale Attività Coreutica	3.109.748	3.611.863	2.318.324	16,1	-35,8
Totale attività di spettacolo dal vivo	35.627.630	41.588.142	39.456.596	16,7	-5,1

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE

La spesa del pubblico per lo spettacolo dal vivo in Piemonte diminuisce del 5,1% rispetto al 2007, registrando un andamento negativo per tutti i generi a eccezione dell'attività teatrale, che cresce del 3,4%. Anche in questo caso il quadro di riferimento cambia in modo sostanziale se si prende in considerazione il triennio: rispetto al 2006 la spesa del pubblico per lo spettacolo in Regione risulta, infatti, aumentata del 28,9%.

Tab. 14 SPETTACOLI PER PROVINCIA: INCIDENZA PERCENTUALE DEI CAPOLUOGHI DI PROVINCIA

PROV.	2007			2008		
	TOTALE SPETTACOLI	NEL CAPOLUOGO	% CAPOLUOGO SU TOTALE PROVINCIA	TOTALE SPETTACOLI	NEL CAPOLUOGO	% CAPOLUOGO SU TOTALE PROVINCIA
Alessandria	198	23	11,6	234	15	6,4
Asti	182	41	22,5	238	61	25,6
Biella	70	59	84,3	68	57	83,8
Cuneo	438	110	25,1	495	117	23,6
Novara	57	5	8,8	114	14	12,3
Torino	2.951	1.869	63,3	3.512	2.348	66,9
Verbano-Cusio-Ossola	156	51	32,7	148	40	27,0
Vercelli	52	29	55,8	103	61	59,2
Totale	4.104	2.187	53,3	4.912	2.713	55,2

Fonte: elaborazione e dati OCP

Considerando la distribuzione territoriale degli spettacoli nel 2008, il 71,5% delle rappresentazioni ha luogo nella Provincia di Torino e quasi la metà nel capoluogo di Regione. Per ciò che riguarda le altre Province si segnala un'offerta discreta nella Provincia di Cuneo (10% circa), una più contenuta nell'Astigiano e nell'Alessandrino e una proposta poco significativa (inferiore al 3%) nelle restanti Province della Regione. Ad eccezione delle città di Torino, Biella e Vercelli, i capoluoghi ospitano molto meno della metà degli spettacoli realizzati nelle diverse province.

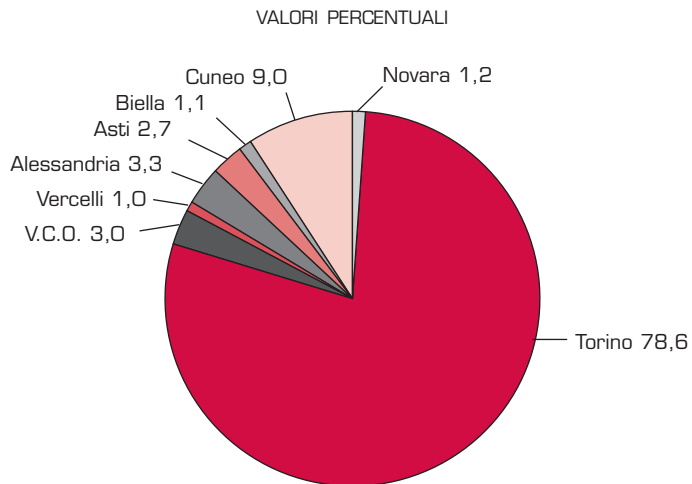
Tab. 15 PUBBLICO PER PROVINCIA: INCIDENZA PERCENTUALE DEI CAPOLUOGHI DI PROVINCIA

PROV.	2007			2008		
	TOTALE PRESENZE	NEL CAPOLUOGO	% CAPOLUOGO SU TOTALE PROVINCIA	TOTALE PRESENZE	NEL CAPOLUOGO	% CAPOLUOGO SU TOTALE PROVINCIA
Alessandria	27.580	4.327	15,7	35.706	2.475	6,9
Asti	22.631	5.497	24,3	27.936	6.519	23,3
Biella	9.152	8.157	89,1	11.432	10.302	90,1
Cuneo	74.582	19.778	26,5	96.196	21.146	22,0
Novara	9.693	1.242	12,8	21.241	6.943	32,7
Torino	651.523	485.569	74,5	609.857	450.542	73,9
Verbano-Cusio-Ossola	25.169	7.866	31,3	23.161	5.722	24,7
Vercelli	8.617	5.790	67,2	20.677	14.162	68,5
Totale	828.947	538.226		846.206	517.811	

Fonte: elaborazione e dati OCP

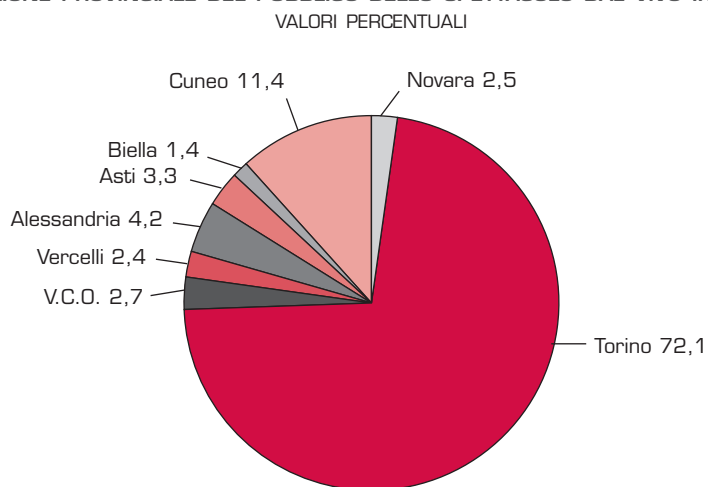
La domanda di spettacolo dal vivo in Piemonte relativa all'universo considerato dall'OCP e confrontabile sui due anni risulta aumentata nel 2008 dell'8% circa rispetto al 2007.

Fig. 6 DISTRIBUZIONE PROVINCIALE DEL PUBBLICO DELLO SPETTACOLO DAL VIVO IN PIEMONTE (2007)



Fonte: elaborazione e dati OCP

Fig. 7 DISTRIBUZIONE PROVINCIALE DEL PUBBLICO DELLO SPETTACOLO DAL VIVO IN PIEMONTE (2008)



Fonte: elaborazione e dati OCP

Tab. 16 DOMANDA E OFFERTA DI SPETTACOLO DAL VIVO PER TIPOLOGIA DI SOGGETTI (ANNO 2008)

TIPOLOGIA DI SOGGETTI	SPETTACOLI	% SU TOT. SPETTACOLI	DOMANDA	% SU TOT. PRESENZE
Compagnie	2.126	43,2	266.180	31,4
Circuiti dello spettacolo	633	12,9	128.974	15,2
Residenze Multidisciplinari	413	8,4	50.612	6,0
Teatri Stabili	1.740	35,5	400.440	47,3
Totale	4.912	100,0	846.206	100,0

Fonte: elaborazione e dati OCP

Valutando i consumi dello spettacolo dal vivo in Piemonte a partire dalla natura dei soggetti produttori, si evidenzia come oltre tre quarti della domanda e dell'offerta ruotino attorno alle compagnie e ai teatri stabili: se alle prime sono riconducibili più del 40% delle rappresentazioni messe in scena, agli Stabili va attribuita quasi la metà del pubblico complessivo.

Tab. 17 ANDAMENTO MENSILE DELLA DOMANDA DI TEATRO IN PIEMONTE (2008)

MESE	PAGANTI	GRATUITI	ABBONATI	TOTALE	% PRESENZE MENSILI SU TOT.
Gennaio	67.181	9.499	27.861	104.541	12,4
Febbraio	70.373	11.100	33.174	114.647	13,5
Marzo	64.569	11.475	22.881	98.925	11,7
Aprile	61.001	17.277	21.990	100.268	11,8
Maggio	43.586	15.959	10.871	70.416	8,3
Giugno	10.765	13.652	59	24.476	2,9
Luglio	11.890	24.306	103	36.299	4,3
Agosto	5.766	28.430	-	34.196	4,0
Settembre	12.544	14.846	263	27.653	3,3
Ottobre	45.095	7.950	5.175	58.220	6,9
Novembre	60.640	16.414	17.083	94.137	11,1
Dicembre	47.668	11.146	22.769	81.583	9,6
nd*	490	355		845	
Totale	501.568	182.409	162.229	846.206	

* Non è disponibile il mese in cui ha avuto luogo lo spettacolo.

Fonte: elaborazione OCP

L'andamento mensile delle presenze nel corso del 2008 evidenzia una distribuzione del pubblico principalmente nei mesi interessati dalle stagioni teatrali (da ottobre a maggio), confermando una ricca partecipazione alle proposte dei soggetti più strutturati (i teatri stabili). La domanda tende, viceversa, a diminuire nei periodi estivi, quando gioca un ruolo determinante un nutrito numero di festival e rassegne che sono esclusi da questo monitoraggio.

Tab. 18 COMPOSIZIONE DELL'OFFERTA E DELLA DOMANDA DELLO SPETTACOLO DAL VIVO IN PIEMONTE SECONDO IL MONITORAGGIO OCP (2007-2008)*

2007

FASCE DI PUBBLICO	N. TITOLI	REPLICHE	PAGANTI	GRATUITI	TOTALE PUBBLICO	TOTALI PRESENZE COMPLESSIVE
Sopra i 10.000	2	61	46.434	2.206	48.640	54.828
Da 5.001 a 10.000	20	340	104.591	7.432	112.023	144.077
Da 1.001 a 5.000	160	1.714	208.698	58.586	267.284	304.932
Da 501 a 1.000	189	987	76.427	50.776	127.203	133.533
Da 101 a 500	703	1.575	91.817	79.588	171.405	177.737
Sotto 100	239	319	9.118	7.472	16.590	16.664
Totale	1.313	4.996	537.085	206.060	743.145	831.771

2008

FASCE DI PUBBLICO	N. TITOLI	REPLICHE	PAGANTI	GRATUITI	TOTALE PUBBLICO	TOTALI PRESENZE COMPLESSIVE
Sopra i 10.000	6	158	69.457	4.279	73.736	80.254
Da 5.001 a 10.000	11	124	37.855	5.862	43.717	73.577
Da 1.001 a 5.000	176	1.752	201.339	59.761	261.100	337.918
Da 501 a 1.000	217	1.028	86.798	43.946	130.744	154.747
Da 101 a 500	701	1.432	95.598	60.105	155.703	180.193
Sotto 100	285	360	10.521	8.456	18.977	19.517
Totale	1.396	4.854	501.568	182.409	683.977	846.206

* Le voci "Totale pubblico" e "Totali presenze complessive" non coincidono perché di alcuni spettacoli non è stato possibile identificare le presenze secondo le tipologie della tabella (pubblico pagante e gratuiti).

Fonte: elaborazione e dati OCP

ESERCIZIO CINEMATOGRAFICO

Tab. 19 BIGLIETTI VENDUTI NELLE SALE CINEMATOGRAFICHE IN PIEMONTE. INSIEME CONFRONTABILE* (2006-2008)

PROV. CITTA'	SCHEMI**			SPETTATORI			VARIAZIONI ASS.			VARIAZIONI %		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2007-06	2008-07	2007-06	2008-07	2007-06	2008-07
AL	2	2	2	34.099	35.273	29.822	1.174	-5.451	3,4	-15,5		
AL	9	7	14	182.956	183.171	247.516	215	64.345	0,1	35,1		
AL	8	8	8	251.852	262.436	243.049	10.584	-19.387	4,2	-7,4		
AT	11	12	12	256.424	305.706	283.646	49.282	-22.060	19,2	-7,2		
AT	1	-	-	896	-	-	-	-	-	-	-	
AT	5	5	5	35.110	39.614	34.645	4.504	-4.969	12,8	-12,5		
BI	6	5	5	166.855	179.536	151.930	12.681	-27.606	7,6	-15,4		
BI	1	1	1	8.076	9.033	6.756	957	-2.277	11,8	-25,2		
BI	1	1	1	14.333	14.148	9.776	-185	-4.372	-1,3	-30,9		
CN	5	5	5	85.219	94.208	92.719	8.989	-1.489	10,5	-1,6		
CN	10	10	10	334.782	380.087	332.469	45.305	-47.618	13,5	-12,5		
CN	5	5	5	67.442	77.127	67.975	9.685	-9.152	14,4	-11,9		
CN	2	2	3	51.671	29.804	61.363	-21.867	31.559	-42,3	105,9		
CN	3	3	3	28.252	31.809	26.498	3.557	-5.311	12,6	-16,7		
CN	3	3	3	44.322	52.512	42.331	8.190	-10.181	18,5	-19,4		
CN	3	3	3	39.847	43.963	34.846	4.116	-9.117	10,3	-20,7		
CN	4	3	4	75.732	88.584	88.397	12.852	-187	17,0	-0,2		
CN	6	6	6	131.893	141.006	129.319	9.113	-11.687	6,9	-8,3		
NO	8	8	8	259.031	284.126	268.268	25.095	-15.858	9,7	-5,6		
NO	3	3	3	57.147	61.542	50.991	4.395	-10.551	7,7	-17,1		
NO	9	9	9	259.139	284.155	245.845	25.016	-38.310	9,7	-13,5		
NO	3	2	2	42.344	44.847	35.206	2.503	-9.641	5,9	-21,5		
TO	1	-	-	12.223	-	-	-	-	-	-		
TO	9	9	9	612.609	677.455	596.703	64.846	-80.752	10,6	-11,9		
TO	1	1	1	10.334	20.553	12.889	10.219	-7.664	98,9	-37,3		
TO	1	1	1	18.475	15.186	10.628	-3.289	-4.558	-17,8	-30,0		
TO	2	1	1	34.958	26.695	16.554	-8.263	-10.141	-23,6	-38,0		
TO	2	2	2	40.778	46.044	38.186	5.266	-7.858	12,9	-17,1		
TO	3	3	3	27.032	26.783	23.358	-249	-3.425	-0,9	-12,8		
TO	1	1	1	24.502	29.591	26.507	5.089	-3.084	20,8	-10,4		
TO	3	3	3	84.395	82.683	77.672	-1.712	-5.011	-2,0	-6,1		
TO	16	16	16	540.937	692.579	735.559	151.642	42.980	28,0	6,2		
TO	4	4	4	59.572	76.227	70.005	16.655	-6.222	28,0	-8,2		
TO	4	4	4	80.650	85.675	78.851	5.025	-6.824	6,2	-8,0		
TO	1	1	1	4.881	4.812	4.514	-69	-298	-1,4	-6,2		
TO	1	1	1	13.305	15.980	14.741	2.675	-1.239	20,1	-7,8		
TO	3	3	3	66.327	81.360	71.810	15.033	-9.550	22,7	-11,7		
TO	71	69	67	2.949.846	3.183.011	3.098.679	233.165	-84.332	7,9	-2,6		
TO	2	2	2	42.701	48.027	39.326	5.326	-8.701	12,5	-18,1		
TO	3	3	3	84.840	98.896	83.250	14.056	-15.646	16,6	-15,8		
VB	2	2	2	42.654	47.074	38.509	4.420	-8.565	10,4	-18,2		

(continua)

(segue)

PROV. CITTÀ	SCHERMI**		SPETTATORI			VARIAZIONE		VARIAZIONE %		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2007-06	2008-07	2007-06	2008-07
VC Borgosesia	1	1	1	9.693	9.268	7.573	-425	-1.695	-4,4	-18,3
VC Vercelli	3	3	3	47.908	27.466	18.381	-20.442	-9.085	-42,7	-33,1
Totale Confrontabile 2006	242	233	240	7.236.042	7.938.052	7.547.062	702.010	-390.990	9,7	-4,9
BI Candelo	1	1	1	3.731	13.057	15.395		2.338		17,9
VC Borgo Vercelli	7	7	7	8.358	150.018	153.741		3.723		2,5
Totale Confrontabile 2007	250	241	248	7.248.131	8.101.127	7.716.198		-384.929		-4,8
AL Valenza Po		1	1		7.377	6.756				
TO Susa		1	1		672	7.878				
VC Trino		1	1		3.592	3.952				
AT San Damiano d'Asti			1		3.566					
Totale Piemonte		244	252		8.112.768	7.738.350				

* Il numero di città monitorate nel campione AGIS-Cinetel è in continuo aumento. Le variazioni assolute e percentuali sono state calcolate solo per le città monitorate 12 mesi l'anno.

** Il numero di schermi riportato corrisponde al numero di schermi in funzione a dicembre dell'anno considerato.

Fonte: elaborazione OCP su dati AGIS-Cinetel

Tab. 20 BIGLIETTI VENDUTI E INCASSI DELLE SALE CINEMATOGRAFICHE IN PIEMONTE.
INSIEME NON CONFRONTABILE * (2006-2008)

PROV. CITTÀ	SCHERMI				SPETTATORI				INCASSI IN EURO			
	2006	2007	2008		2006	2007	2008		2006	2007	2008	
TO	71	69	67		2.949.846	3.183.011	3.098.679		15.700.137	16.909.061	16.563.645	
Avigliana	1	-	-		12.223	-	-		67.002	-	-	
Beinasco	9	9	9		612.609	677.455	596.703		3.874.576	4.223.590	3.755.700	
Borgaro Torinese	1	1	1		10.334	20.553	12.889		58.755	114.454	71.134	
Carmagnola	1	1	1		18.475	15.186	10.628		95.923	82.108	57.196	
Chieri	2	1	1		34.958	26.695	16.554		167.700	123.709	74.366	
Chivasso	2	2	2		40.778	46.044	38.186		218.808	246.060	204.492	
Collegno	3	3	3		27.032	26.783	23.358		151.154	154.972	136.968	
Cuorgne	1	1	1		24.502	29.591	26.507		127.954	148.937	129.217	
Ivrea	3	3	3		84.395	82.683	77.672		478.446	474.722	435.805	
Moncalieri	16	16	16		540.937	692.579	735.559		2.757.068	3.622.548	3.907.324	
Pianezza	4	4	4		59.572	76.227	70.005		358.056	448.038	408.340	
Pinerolo	4	4	4		80.650	85.675	78.851		465.478	493.721	454.618	
Rivoli	1	1	1		4.881	4.812	4.514		23.412	22.501	20.961	
San Mauro Torinese	1	1	1		13.305	15.980	14.741		70.432	82.281	76.957	
Settimo Torinese	3	3	3		66.327	81.360	71.810		348.716	437.232	404.694	
Susa	-	1	1		-	672	7.878		-	3.862	41.193	
Valperga	2	2	2		42.701	48.027	39.326		252.277	283.827	234.127	
Venania Reale	3	3	3		84.840	98.896	83.250		461.372	528.955	444.563	
Totale Provincia di Torino	128	125	123		4.708.365	5.212.229	5.007.110		25.677.266	28.400.568	27.421.300	
AL	9	7	14		182.956	183.171	247.516		1.016.634	1.026.804	1.474.275	
Acqui Terme	2	2	2		34.099	35.273	29.822		195.426	200.093	171.366	
Casale Monferrato	8	8	8		251.852	262.436	243.049		1.399.218	1.439.766	1.356.457	
Valenza Po	-	1	1		-	7.377	6.756		-	40.806	36.391	
Totale Provincia di Alessandria	19	18	25		468.907	488.257	527.143		2.611.278	2.707.469	3.038.489	
AT	11	12	12		256.424	305.706	283.646		1.405.948	1.688.276	1.598.702	
Asti	1	-	-		896	-	-		4.972	-	-	
Canelli	5	5	5		35.110	39.614	34.645		208.641	236.683	204.487	
Nizza Monferrato	-	-	-		-	-	-		-	-	-	
San Damiano D'asti	1	1	1		-	3.566	3.566		-	-	-	
Totale Provincia di Asti	17	17	18		292.430	345.320	321.857		1.619.561	1.924.959	1.803.189	
BI	6	5	5		166.855	179.536	151.930		1.024.052	1.138.173	991.861	
Biella	1	1	1		3.731	13.057	15.395		21.252	74.119	88.913	
Candelo	1	1	1		8.076	9.033	6.756		45.687	51.933	42.585	
Cossato	1	1	1		14.333	14.148	9.776		86.056	85.973	61.485	
Pray	1	1	1		-	-	-		-	-	-	
Totale Provincia di Biella	9	8	8		192.995	215.774	183.857		1.177.047	1.350.198	1.184.844	
CN	2	2	3		51.671	29.804	61.363		179.238	112.433	236.728	
Cuneo	5	5	5		85.219	94.208	92.719		487.608	541.480	533.525	
Alba	10	10	10		334.782	380.087	332.469		1.787.660	1.935.039	1.739.777	
Borgo San Dalmazzo	5	5	5		67.442	77.127	67.975		427.537	494.724	440.584	
Bra	3	3	3		28.252	31.809	26.498		171.708	192.713	158.346	
Dogliani	-	-	-		-	-	-		-	-	-	

(continua)

(segue)

PROV. CITTÀ	SCHEMI				SPETTATORI			INCASSI IN EURO		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	
	Fossano	3	3	3	44.322	52.512	42.331	247.227	284.061	222.534
Mondovì	3	3	3	39.847	43.963	34.846	219.853	245.763	210.092	
Saluzzo	4	3	4	75.732	88.584	88.397	428.746	505.341	499.478	
Savigliano	6	6	6	131.893	141.006	129.319	769.122	818.078	734.934	
Totale Provincia di Cuneo	41	40	42	859.160	939.100	875.917	4.718.699	5.129.632	4.775.998	
NO	3	2	2	42.344	44.847	35.206	210.488	250.513	194.907	
Bellinzago Novarese	8	8	8	259.031	284.126	268.268	1.711.152	1.861.934	1.796.714	
Borgomanero	3	3	3	57.147	61.542	50.991	356.760	381.419	330.417	
Castelletto Ticino	9	9	9	259.139	284.155	245.845	1.735.680	1.897.905	1.673.630	
Totale Provincia di Novara	23	22	22	617.661	674.670	600.310	4.014.080	4.391.771	3.995.668	
VB	2	2	2	42.654	47.074	38.509	252.579	280.626	238.094	
Totale Provincia di Verbania	2	2	2	42.654	47.074	38.509	252.579	280.626	238.094	
VC	3	3	3	47.908	27.466	18.381	271.243	148.014	98.010	
Borgo Vercelli	7	7	7	8.358	150.018	153.741	54.904	931.342	962.242	
Borgosesia	1	1	1	9.693	9.268	7.573	60.273	57.301	46.190	
Trino	-	1	1	-	3.592	3.952	-	17.797	21.823	
Totale Provincia di Vercelli	11	12	12	65.959	190.344	183.647	386.420	1.154.454	1.128.265	
Totale Piemonte	250	244	252	7.248.131	8.112.768	7.738.350	40.456.930	45.339.677	43.585.847	

* Il numero di città monitorate nel campione AGIS-Cinetel è in continuo aumento. Nella Tabella sopra riportata non sono state calcolate le differenze assolute e percentuali poiché i totali per Provincia non sono confrontabili.

Fonte: elaborazione OCP su dati AGIS-Cinetel

L'andamento dei consumi nelle sale cinematografiche continua ad avere un andamento ciclico; nonostante la diminuzione delle presenze nel 2008 rispetto all'anno precedente si è comunque al di sopra dei livelli del 2006. Come già rilevato nella precedente Relazione annuale, anche nel 2008 le pellicole che attirano il maggior numero di spettatori sono quelle di animazione, d'avventura e più in generale quelle destinate a un target giovanile, riconosciuto ormai da più parti come il principale bacino di utenza degli spettacoli cinematografici nelle sale.

Tab. 21 CLASSIFICA DEI 20 FILM PIÙ VISITATI NELLE SALE CINEMATOGRAFICHE IN PIEMONTE (2008)

SCHERMI	FILM	DISTRIBUZIONE	NAZIONE	DATA DI USCITA	GIORNI PROGRAM.	SPETT. PER GIORNO	GIORNI PER SALA	SPETTATORI	INCASSI IN EURO
150	Kung fu panda	Universal	USA	01-09-08	1.604	158	11	253.489	1.445.797
67	Madagascar 2	Universal	USA	19-12-08	677	373	10	252.228	1.489.892
128	Indiana Jones e il regno del teschio di cristallo	Universal	USA	01-06-08	1.422	142	11	201.647	1.196.158
62	Natale a Rio	Filmrauro	I	19-12-08	528	345	9	182.030	1.121.900
105	Io sono leggenda	Warner Bros Italia	USA/A	11-01-08	838	200	8	167.884	990.714
103	Scusa ma ti chiamo amore	Medusa film	I	25-01-08	863	180	8	155.422	906.176
54	Il cosmo sul comò	Medusa film	I	19-12-08	538	280	10	150.888	916.856
132	Grande, grosso e... Verdone	Filmrauro	I	07-03-08	1.040	135	8	140.692	805.067
115	Hancock	Sony pict. Italia	USA	12-09-08	1.146	122	10	139.974	830.686
116	Twilight	Eagle Pictures	USA	21-11-08	1.005	131	9	131.770	795.312
148	Walle	Walt Disney Italia	USA	17-10-08	1.195	105	8	125.312	724.548
116	Il cacciatore di aquiloni	Filmrauro	USA	28-03-08	1.015	123	9	124.666	666.794
125	Mamma mia!	Universal	GB/USA/D	02-10-08	1.124	108	9	121.302	699.109
109	Il cavaliere oscuro	Warner Bros Italia	USA	23-07-08	1.544	77	14	118.965	675.079
130	High School Musical 3	Walt disney Italia	USA	26-10-08	834	138	6	115.001	674.110
106	Gomorra	O1 Distribution	I	16-05-08	1.068	105	10	112.575	615.969
96	American Gangster	Universal	USA	18-01-08	764	141	8	107.860	608.448
126	Le cronache di Narnia:								
	il principe Caspian	Walt disney italia	GB/USA	14-08-08	1.160	90	9	104.553	596.984
110	Iron Man	Universal	USA	01-05-08	912	109	8	99.641	585.424
104	Sex and the city - Le ragazze sono tornate	O1 distribution	USA	30-05-08	1.097	81	11	89.097	523.840
	Totale complessivo dei 20 film più visti in Piemonte							2.894.996	16.868.863
	Totale complessivo in Piemonte							7.738.350	43.608.608
	Incidenza percentuale dei 20 film più visti in Piemonte							37%	39%

Fonte: elaborazione OCP su dati AGIS-Cinetel

BIBLIOTECHE CIVICHE

Tab. 22 PATRIMONIO DOCUMENTARIO DELLE BIBLIOTECHE CIVICHE PER SISTEMI BIBLIOTECARI (2008)*

DENOMINAZIONE SISTEMA	DOTAZIONE DOCUMENTARIA TOTALE	DOTAZIONE DOCUMENTARIA ACQUISITA NELL'ANNO	DOTAZIONE DOCUMENTARIA PER RAGAZZI**	DOCUMENTARIA PER RAGAZZI ACQUISITA NELL'ANNO**
Biblioteche non aderenti a sistemi	810.390	20.427	103.215	5.513
SBAM	967.702	45.912	181.836	9.015
Acquese	68.862	3.428	5.199	950
Astigiano	240.206	3.107	48.801	509
Biellese	211.155	5.197	43.863	1.595
Cuneese	419.402	12.547	57.247	3.512
Basso Novarese	59.066	647	14.810	282
Canavese	565.978	17.082	85.008	3.462
Fossanese Savigianese Saluzzese	483.376	18.251	105.986	4.814
Medio Novarese	214.261	4.930	33.607	938
Monferrato***	50.035	707	2.734	-
Pinerolese	232.904	6.640	43.018	1.187
Tortonese***	66.584	626	8.286	218
Verbano-Cusio-Ossola	244.192	11.670	32.964	1.992
Piana Vercellese	269.296	4.618	12.878	1.639
Langhe	101.343	4.518	18.621	316
Valli di Lanzo	62.377	1.452	10.178	272
Monregalese	158.428	3.709	26.985	569
Novese	163.114	5.739	18.633	1.232
Urbano di Torino	1.379.498	71.168	119.529	10.376
Totale	6.768.169	242.375	973.398	48.391

* Le presenti elaborazioni riguardano le 501 biblioteche civiche monitorate nel 2008 su 798 biblioteche civiche censite dal Settore Biblioteche, Archivi e Istituti Culturali. I dati non si riferiscono al sistema ma sono frutto della somma di utenti relativi alle singole biblioteche aggregate per sistemi di appartenenza.

** La dotazione documentaria per ragazzi, totale e acquisita nell'anno, rappresenta un "di cui" del patrimonio documentario totale.

*** Nel 2008 la maggior parte delle Biblioteche aderenti ai Sistemi Bibliotecari del Monferrato e del Tortonese non ha fornito i dati.

Fonte: elaborazioni OCP su dati EtaBeta

**Tab. 23 PATRIMONIO DOCUMENTARIO DELLE BIBLIOTECHE CIVICHE CON SEDE NEI COMUNI
RIAGGREGATI PER CLASSI DI POPOLAZIONE (2006-2008)**

	2006*	2007*	2008*	VARIAZIONI % 2007-2006	VARIAZIONI % 2008-2007
Comuni < 5.000 ab.	769.039	809.812	863.329	5,3	6,6
Comuni tra 5.001 e 15.000 ab.	552.463	574.531	591.416	4,0	2,9
Comuni tra 15.001 e 30.000 ab.	1.080.748	1.113.497	1.159.546	3,0	4,1
Comuni tra 30.001 e 60.000 ab.	977.329	907.489	897.479	-7,1	-1,1
Comuni > 60.000 ab.	1.719.065	1.794.230	1.691.385	4,4	-5,7
Totale	5.098.644	5.199.559	5.203.155	2,0	0,1

* Le presenti elaborazioni non si riferiscono all'insieme di biblioteche civiche censite nei tre anni, ma esclusivamente ad un gruppo di 213 biblioteche confrontabili di cui si dispongono i dati sul totale del periodo considerato.

Fonte: elaborazioni OCP su dati EtaBeta

La dotazione delle 501 biblioteche censite dall'OCP nel 2008 è pari a 6,6 milioni di unità documentarie, di cui il 14% è dedicato ai ragazzi. Rispetto all'andamento 2006-2008 relativo al sottoinsieme di soggetti confrontabili, comprendendo anche gli scarti, il patrimonio delle biblioteche civiche è lievemente aumentato.

Tab. 24 UTENZA DELLE BIBLIOTECHE CIVICHE PER SISTEMI BIBLIOTECARI (2008)*

DENOMINAZIONE SISTEMA	PRESENZE**	ISCRITTI AL PRESTITO***
Biblioteche non aderenti a sistemi	151.003	29.581
SBAM	483.200	80.766
Acquese	33.488	9.652
Astigiano	172.838	24.057
Biellese	121.100	25.351
Cuneese	149.612	27.706
Basso Novarese	50.055	4.622
Canavese	164.254	37.332
Fossanese Saviglianese Saluzzese	137.297	51.440
Medio Novarese	24.516	5.656
Monferrato****	13.787	1.263
Pinerolese	70.335	25.755
Tortonese****	880	2.313
Verbano-Cusio-Ossola	27.750	16.154
Piana Vercellese	28.643	8.755
Langhe	19.234	5.927
Valli di Lanzo	6.743	2.972
Monregalese	15.899	8.685
Novese	31.151	9.300
Urbano di Torino	1.233.169	67.566
Totale	2.934.954	444.853

* Le presenti elaborazioni riguardano le 501 biblioteche civiche monitorate nel 2008. I dati non si riferiscono al sistema ma sono frutto della somma di utenti relativi alle singole biblioteche aggregate per sistemi di appartenenza.

** Il dato sull'utenza è frutto delle stime dichiarate dalle singole biblioteche.

*** Numero di iscritti attivi al prestito nell'anno di rilevazione.

**** Nel 2008 la maggior parte delle Biblioteche aderenti ai Sistemi Bibliotecari del Monferrato e del Tortonese non ha fornito i dati.

Fonte: elaborazioni OCP su dati EtaBeta

Tab. 25 UTENZA DELLE BIBLIOTECHE CIVICHE CON SEDE NEI COMUNI RIAGGREGATI PER CLASSI DI POPOLAZIONE (2008)*

CLASSE DI COMUNE	PRESENZE**	PESO % SUL TOTALE DELLE PRESENZE	ISCRITTI AL PRESTITO***	PESO % SUL TOTALE DEGLI ISCRITTI
Comuni < 5.000 ab.	249.907	8,5	84.470	19,0
Comuni tra 5.001 e 15.000 ab.	290.575	9,9	81.055	18,2
Comuni tra 15.001 e 30.000 ab.	402.319	13,7	103.408	23,2
Comuni tra 30.001 e 60.000 ab.	493.769	16,8	83.405	18,7
Comuni > 60.000 ab.	1.498.384	51,1	92.515	20,8
Totale	2.934.954		444.853	

* Le presenti elaborazioni riguardano le 501 biblioteche civiche monitorate nel 2008.

** Il dato sull'utenza è frutto delle stime dichiarate dalle singole biblioteche.

*** Numero di iscritti attivi al prestito nell'anno di rilevazione.

Fonte: elaborazioni OCP su dati EtaBeta

Le biblioteche civiche sono uno dei segmenti dell'offerta culturale con il più alto livello di consumi da parte del pubblico: nel 2008 sono stati 2,9 milioni le presenze stimate e 444.853 gli iscritti al servizio di prestito.

In relazione al confronto sui tre anni, sia le presenze sia il numero di iscritti al prestito sono complessivamente aumentati; tale crescita nel 2008 rispetto al 2007 è stata maggiore nei piccoli e medi Comuni (fino a 30.000 abitanti), mentre i grandi centri urbani (con popolazione superiore a 60.000 abitanti) hanno visto una contrazione sia in termini di pubblico sia in termini di utenti iscritti al prestito.

L'utilizzo del servizio di prestito nel 2008 non conosce invece crisi: in quest'anno sono stati 2,9 milioni i documenti richiesti in prestito, di cui il 13% relativo a materiali multimediali, con un andamento crescente nei tre anni in tutte le fasce di Comuni.

Tab. 26 PRESENZE NELLE BIBLIOTECHE CIVICHE CON SEDE NEI COMUNI RIAGGREGATI PER CLASSI DI POPOLAZIONE (2006-2008)*

	2006**	2007**	2008**	VARIAZIONI % 2007-2006	VARIAZIONI % 2008-2007
Comuni < 5.000 ab.	125.430	129.398	158.759	3,2	22,7
Comuni tra 5.001 e 15.000 ab.	183.425	194.551	227.210	6,1	16,8
Comuni tra 15.001 e 30.000 ab.	317.776	291.723	355.599	-8,2	21,9
Comuni tra 30.001 e 60.000 ab.	293.628	324.989	348.162	10,7	7,1
Comuni > 60.000 ab.	1.457.781	1.534.356	1.458.595	5,3	-4,9
Totale	2.378.040	2.475.017	2.548.325	4,1	3,0

* I dati sulle presenze sono frutto delle stime dichiarate dalle singole biblioteche.

** Le presenti elaborazioni non si riferiscono all'insieme di biblioteche civiche censite nei tre anni, ma esclusivamente ad un gruppo di 246 biblioteche confrontabili di cui si dispongono i dati sul totale del periodo considerato.

Fonte: elaborazioni OCP su dati EtaBeta

Tab. 27 PRESTITI RICHIESTI NELLE BIBLIOTECHE CIVICHE PER SISTEMI BIBLIOTECARI (2008)*

DENOMINAZIONE SISTEMA	PRESTITI LOCALI	PRESTITI DI MATERIALI MULTIMEDIALI**	PRESTITI INTERBIBLIOTECARI
Biblioteche non aderenti a sistemi	188.202	8.559	2.078
SBAM	609.380	49.744	10.257
Acquese	16.344	471	551
Astigiano	66.937	24	714
Biellese	99.708	20.397	1.006
Cuneese	217.238	16.912	571
Basso Novarese	58.647	11.235	940
Canavese	205.991	13.997	633
Fossanese Saviglianese Saluzzese	189.972	15.166	748
Medio Novarese	43.805	1.728	1.251
Monferrato***	10.606	1.103	44
Pinerolese	127.400	5.867	3.664
Tortonese***	12.167	58	201
Verbano-Cusio-Ossola	76.370	19.578	2.208
Piana Vercellese	19.880	50	180
Langhe	17.275	230	126
Valli di Lanzo	16.769	11	350
Monregalese	30.169	27	334
Novese	30.873	35	840
Urbano di Torino	868.287	210.416	4.771
Totale	2.906.020	375.608	31.467

* Le presenti elaborazioni riguardano le 501 biblioteche civiche monitorate nel 2008. I dati non si riferiscono al sistema ma sono frutto della somma dei prestiti relativi alle singole biblioteche aggregate per sistemi di appartenenza.

** Tale tipologia di prestiti sono da considerarsi un "di cui" della voce "prestiti locali".

*** Nel 2008 la maggior parte delle Biblioteche aderenti ai Sistemi Bibliotecari del Monferrato e del Tortonese non ha fornito i dati.

Fonte: elaborazioni OCP su dati EtaBeta

Tab. 28 PRESTITI RICHIESTI NELLE BIBLIOTECHE CIVICHE CON SEDE NEI COMUNI RIAGGREGATI PER CLASSI DI POPOLAZIONE (2006-2008)*

	2006**	2007**	2008**	VARIAZIONI % 2007-2006	VARIAZIONI % 2008-2007
Comuni < 5.000 ab.	209.683	214.185	236.707	2,1	10,5
Comuni tra 5.001 e 15.000 ab.	293.267	305.987	335.188	4,3	9,5
Comuni tra 15.001 e 30.000 ab.	442.397	439.350	464.159	-0,7	5,6
Comuni tra 30.001 e 60.000 ab.	471.120	476.872	505.454	1,2	6,0
Comuni > 60.000 ab.	815.237	950.841	953.005	16,6	0,2
Totale	2.231.704	2.387.235	2.494.513	7,0	4,5

* I dati si riferiscono al numero totale di prestiti locali delle biblioteche civiche.

** Le presenti elaborazioni non si riferiscono all'insieme di biblioteche civiche censite nei tre anni, ma esclusivamente a un gruppo di 240 biblioteche confrontabili di cui si dispongono i dati sul totale del periodo considerato.

Fonte: elaborazioni OCP su dati EtaBeta

Tab. 29 ISCRITTI ATTIVI AL PRESTITO NELLE BIBLIOTECHE CIVICHE CON SEDE NEI COMUNI RIAGGREGATI PER CLASSI DI POPOLAZIONE (2006-2008)

	2006*	2007*	2008*	VARIAZIONI % 2007-2006	VARIAZIONI % 2008-2007
CComuni < 5.000 ab.	49.925	50.253	52.175	0,7	3,8
Comuni tra 5.001 e 15.000 ab.	54.111	55.928	61.793	3,4	10,5
Comuni tra 15.001 e 30.000 ab.	74.557	76.659	82.964	2,8	8,2
Comuni tra 30.001 e 60.000 ab.	65.679	60.943	63.154	-7,2	3,6
Comuni > 60.000 ab.	92.154	98.052	90.740	6,4	-7,5
Totale	336.426	341.835	350.826	1,6	2,6

* Le presenti elaborazioni non si riferiscono all'insieme di biblioteche civiche censite nei tre anni, ma esclusivamente ad un gruppo di 248 biblioteche confrontabili di cui si dispongono i dati sul totale del periodo considerato.

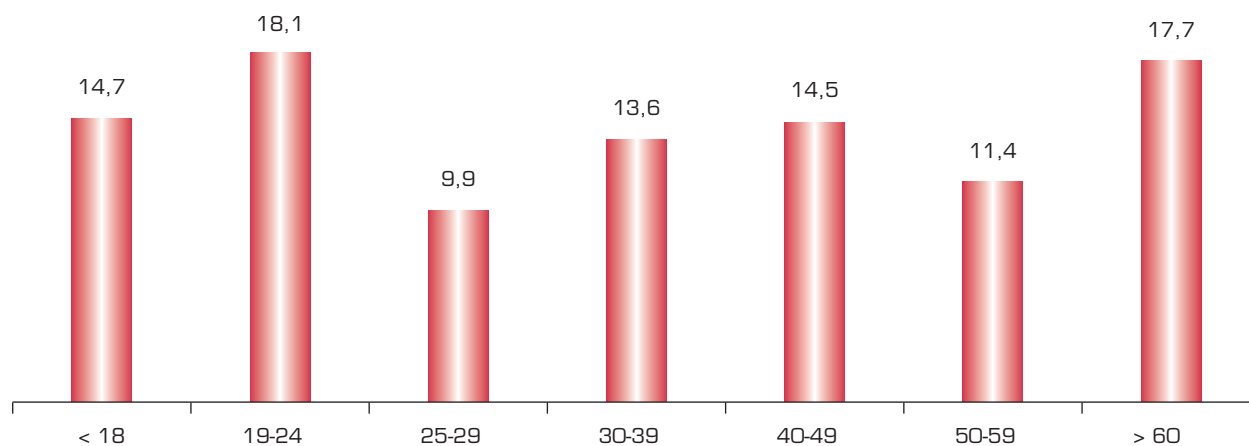
Fonte: elaborazioni OCP su dati EtaBeta

PROFILO DEGLI UTENTI DELLE BIBLIOTECHE CIVICHE

Le elaborazioni seguenti sono tratte dall'*Indagine sulla lettura Parte I – Leggere i lettori* e fanno riferimento all'analisi svolta nelle biblioteche civiche. La ricerca, realizzata tra novembre 2008 e gennaio 2009, ha coinvolto l'utenza di 13 biblioteche civiche selezionate sul territorio regionale: Biblioteca Civica "Costantino Nigra" di Ivrea (TO), Biblioteca Civica di Mondovì (CN), Biblioteca Civica di Cuneo, Biblioteca Civica di Fossano (CN), Biblioteca Civica di Biella, Biblioteca Civica di Vercelli, Biblioteca Civica di Alessandria, Biblioteca Astense, Biblioteca "Pietro Ceretti" di Verbania, Biblioteca Civica "Primo Levi" di Torino, Biblioteca Civica "Villa Amoretti" di Torino, Biblioteca Civica "Negroni" di Novara, Biblioteca Civica "Arduino" di Moncalieri (TO).

La ricerca sul campo è stata condotta nell'arco di una settimana, durante l'intera giornata per poter intercettare le diverse fasce di utenza. Sono stati complessivamente raccolti 1.641 questionari, che hanno permesso di analizzare il 9% circa dell'utenza stimata dalle biblioteche nella settimana di rilevazione.

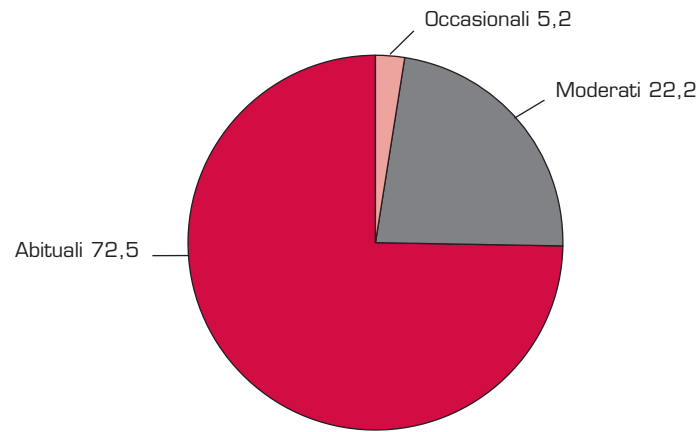
Fig. 8 PUBBLICO DELLE BIBLIOTECHE PER FASCE D'ETÀ
VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazione e dati OCP

Fig. 9 UTENTI DELLE BIBLIOTECHE PER CLASSI DI FREQUENZA²⁴

VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazione e dati OCP

Tab. 30 TIPOLOGIE DI FREQUENTATORI DELLE BIBLIOTECHE PER FASCE D'ETÀ

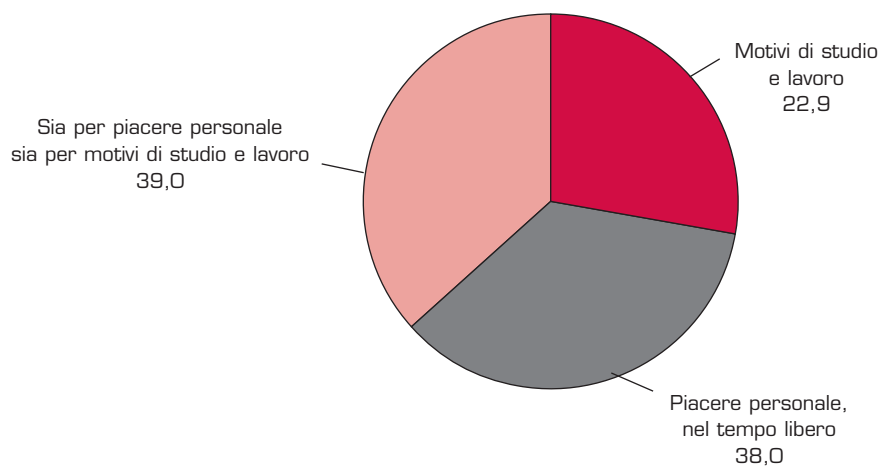
VALORI PERCENTUALI

	OCCASIONALI	MODERATI	ABITUALI
< 18	27	22	12
19-24	19	15	19
25-29	14	8	10
30-39	13	13	14
40-49	11	13	15
50-59	6	11	12
> 60	10	18	18

Fonte: elaborazione e dati OCP

²⁴ Sono state individuate tre tipologie di frequentatori: "occasionali" (coloro che si sono recati in biblioteca da 1 a 2 volte negli ultimi 12 mesi), "moderati" (da 3 a 10 volte), "abituali" (più di 10 volte).

Fig. 10 MOTIVAZIONI DELLA FREQUENTAZIONE
VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazione e dati OCP






Fig. 11 ATTIVITÀ SVOLTE IN BIBLIOTECA
VALORI PERCENTUALI




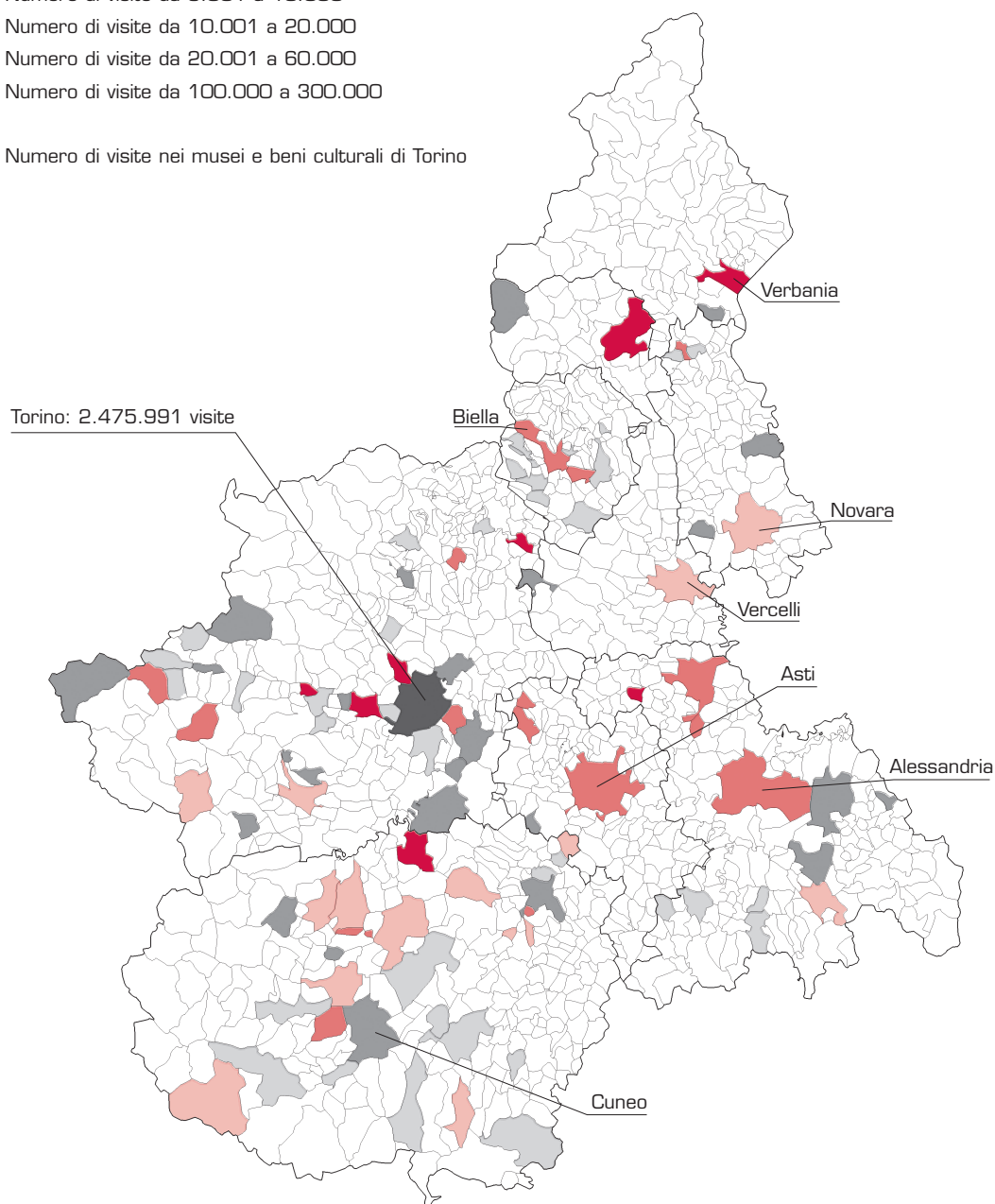
Fonte: elaborazione e dati OCP

CARTOGRAFIA

Carta 1 VISITE NEI MUSEI E BENI CULTURALI IN PIEMONTE (2008)

-  Numero di visite < 3.000
-  Numero di visite da 3.001 a 10.000
-  Numero di visite da 10.001 a 20.000
-  Numero di visite da 20.001 a 60.000
-  Numero di visite da 100.000 a 300.000

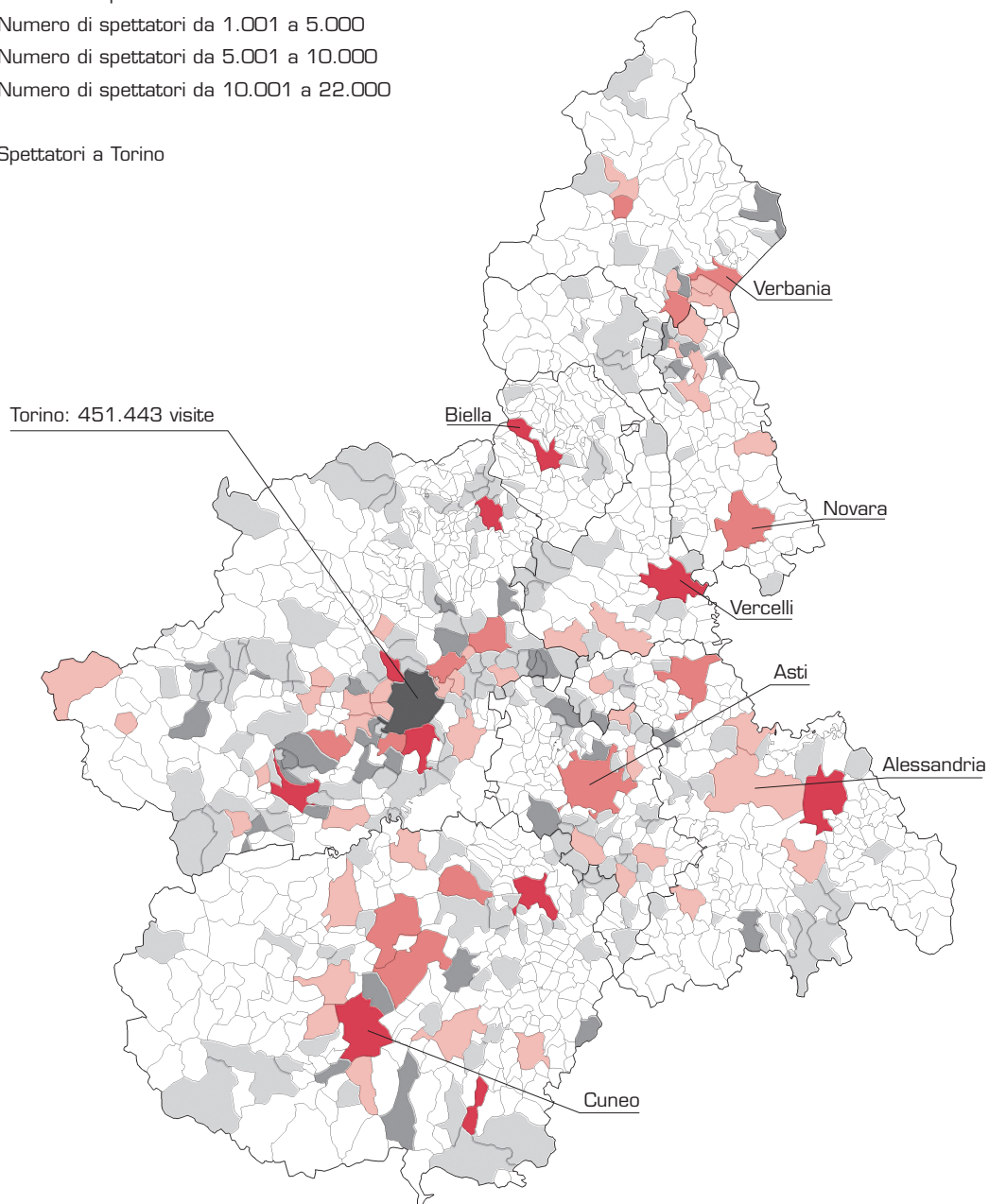
-  Numero di visite nei musei e beni culturali di Torino



Fonte: elaborazione OCP su dati Cooperativa EtaBeta

Carta 2 PRESENZE AGLI SPETTACOLI DAL VIVO IN PIEMONTE (2008)

- Numero di spettatori < 500
- Numero di spettatori da 501 a 1.000
- Numero di spettatori da 1.001 a 5.000
- Numero di spettatori da 5.001 a 10.000
- Numero di spettatori da 10.001 a 22.000
- Spettatori a Torino

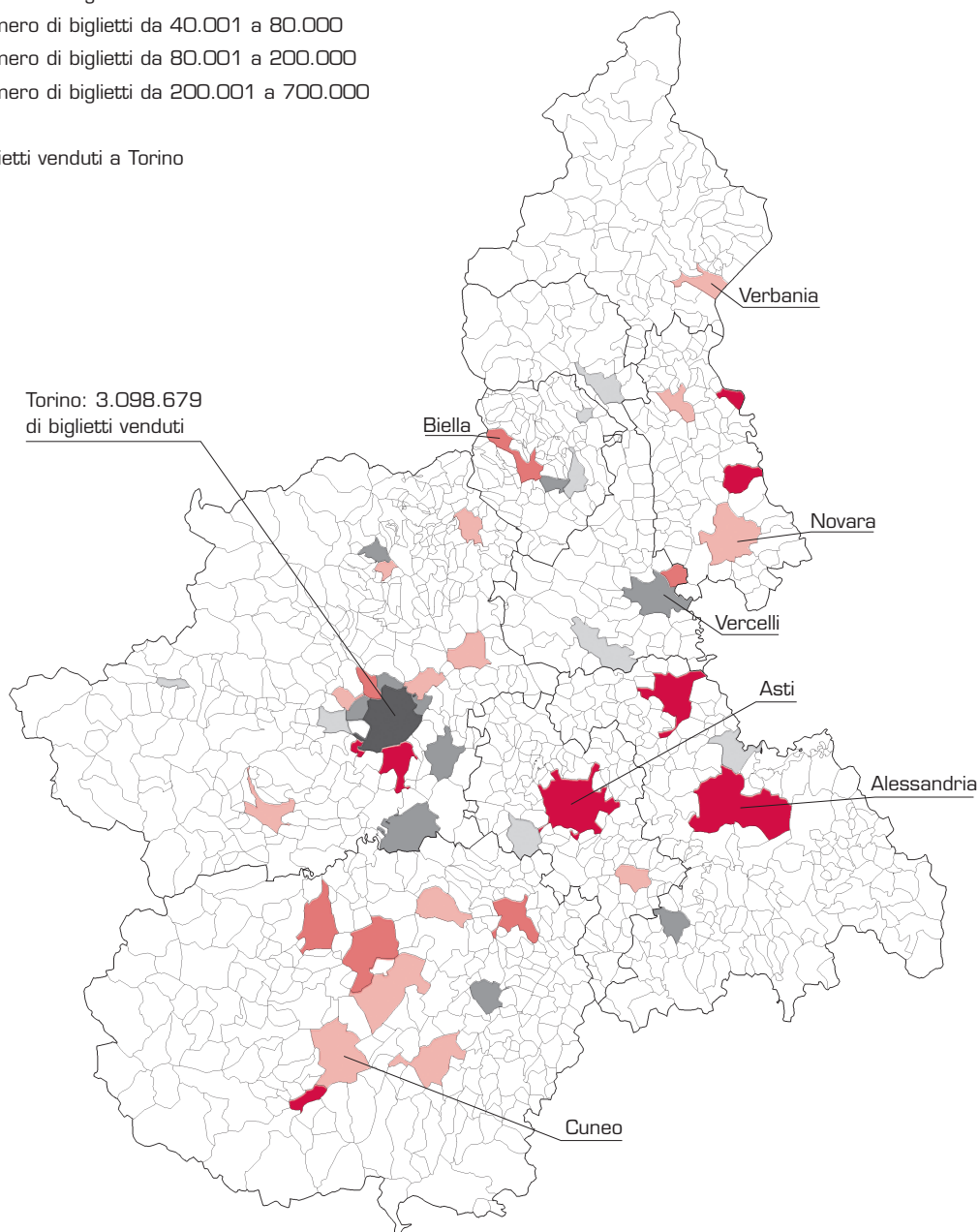


Fonte: elaborazione e dati OCP

Carta 3 BIGLIETTI VENDUTI NELLE SALE CINEMATOGRAFICHE IN PIEMONTE (2008)

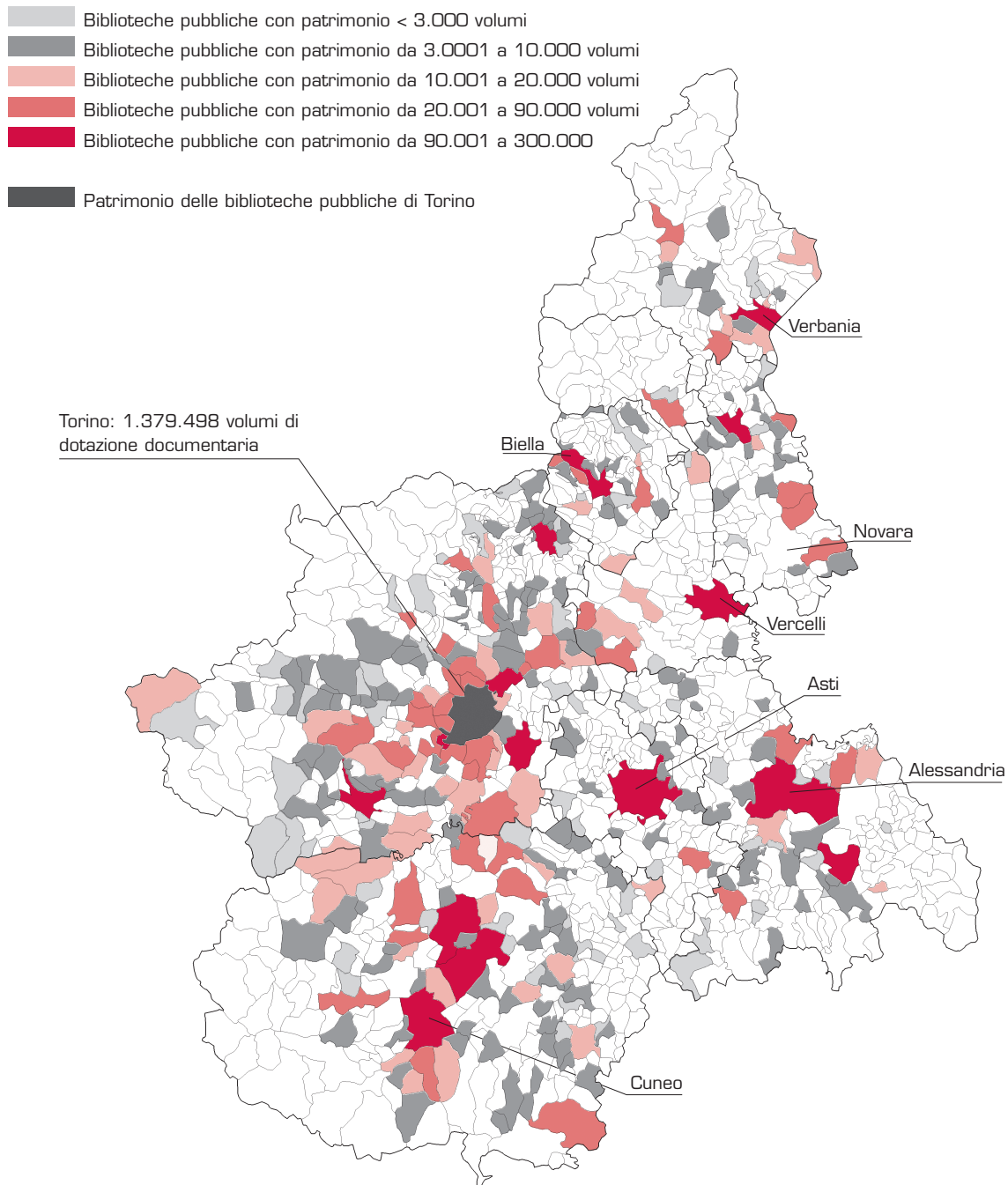
- Numero di biglietti < 10.000
- Numero di biglietti da 10.001 a 30.000
- Numero di biglietti da 40.001 a 80.000
- Numero di biglietti da 80.001 a 200.000
- Numero di biglietti da 200.001 a 700.000

- Biglietti venduti a Torino









Fonte: elaborazione OCP su dati AGIS-Cinetel

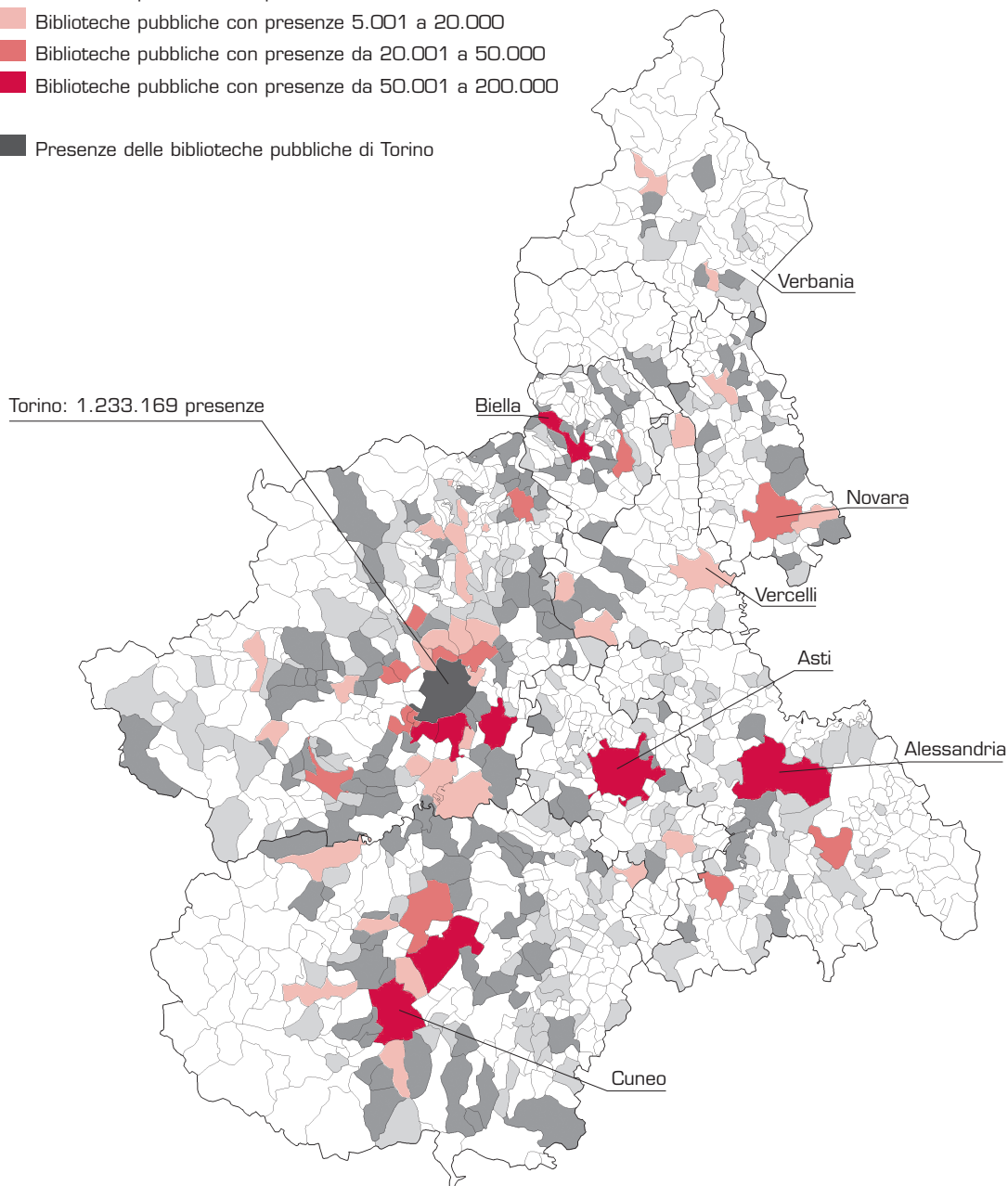
Carta 4 PATRIMONIO DOCUMENTARIO DELLE BIBLIOTECHE CIVICHE IN PIEMONTE (2008)



Fonte: elaborazione OCP su dati Regione Piemonte-Settore Biblioteche, Archivi e Istituti Culturali

Carta 5 PRESENZE NELLE BIBLIOTECHE CIVICHE IN PIEMONTE (2008)

-  Biblioteche pubbliche con presenze < 5.000
-  Biblioteche pubbliche con presenze da 501 a 5.000
-  Biblioteche pubbliche con presenze 5.001 a 20.000
-  Biblioteche pubbliche con presenze da 20.001 a 50.000
-  Biblioteche pubbliche con presenze da 50.001 a 200.000
-  Presenze delle biblioteche pubbliche di Torino



Fonte: elaborazione OCP su dati Regione Piemonte-Settore Biblioteche, Archivi e Istituti Culturali

2.1 RISORSE PUBBLICHE PER LA CULTURA

Il complesso delle risorse destinate alla cultura da enti pubblici, fondazioni bancarie, Consulte e privati (tramite le erogazioni liberali) si attesta per il 2007 attorno ai 408 milioni di euro, il 14,1% in più rispetto al 2006. Si tratta di un insieme consistente di risorse, destinato alle istituzioni culturali – dai beni culturali, ai musei, allo spettacolo dal vivo – con l'unico obiettivo di sostenerne economicamente il funzionamento rendendo possibili attività altrimenti difficilmente realizzabili in un regime di puro mercato. Tale cifra non comprende, quindi, la spesa dei cittadini per i biglietti o per l'acquisto dei prodotti culturali né, tantomeno, esaurisce la dimensione economica del mondo culturale del Piemonte, che sarà oggetto – più avanti – di una stima in merito all'ordine di grandezza complessivo. Nei circa 408 milioni di euro è compresa la spesa per la cultura dei 47 enti locali al di sopra dei 15.000 abitanti, come risulta dai certificati di bilancio dei Comuni; se invece si considera il dato aggregato fornito dall'ISTAT della spesa in cultura di tutti i 1.209 Comuni piemontesi, si arriva a una cifra di 455,5 milioni di euro¹. In altri termini, i 47 Comuni al di sopra dei 15.000 abitanti spendono 188,5 milioni di euro, mentre i restanti 1.162 enti locali spendono 47,5 milioni nel loro insieme.

Come si è detto, la spesa cresce nel 2007 rispetto al 2006 del 14,1%, ma le tendenze che riguardano le erogazioni dei diversi attori appaiono assai differenziate, marcate da dinamiche sia congiunturali sia strutturali, che incidono significativamente sulle dimensioni e sul segno positivo o negativo degli andamenti stessi. È opportuno quindi analizzare le erogazioni dei diversi attori confrontandole, ove possibile,

con dati relativi ad altri contesti nazionali e stranieri al fine di evidenziarne livelli e dimensioni.

SPESA DELLO STATO

La spesa dello Stato per il Piemonte, nel suo complesso, conferma un andamento negativo e di contrazione, già rilevabile negli scorsi anni. Nel 2007 la spesa si attesta su 36 milioni di euro², quattro in meno rispetto all'anno precedente, ma ben dieci in meno rispetto al 2005. I fondi del Lotto destinati nel 2007 ai restauri e ai beni culturali sono praticamente dimezzati rispetto al 2006 e al 2005³, mentre il FUS, Fondo Unico per lo Spettacolo, aumenta di poco più di un milione rispetto al 2006 (23,5 contro 22,3) ma resta ancora quasi quattro milioni al di sotto della quota del 2005 e circa 2,75 milioni al di sotto della quota del 2001, considerando i valori correnti. A tali riduzioni, quindi, si deve ulteriormente sommare l'erosione dovuta all'inflazione, il cui effetto contrae in maniera significativa la spesa statale per lo spettacolo: in questi termini la perdita reale è valutabile in 5,86 milioni di euro in meno erogati nel 2007 rispetto al 2001.

Nella destinazione per generi, la musica riconferma la sua netta dominanza, assorbendo quasi il 75% delle risorse totali, contro il 16,2% della prosa, il 5,3% del cinema e circa il 4% della danza. Dal punto di vista della localizzazione geografica degli investimenti la Provincia di Torino – sede delle maggiori istituzioni culturali – concentra il 94% delle risorse e solo Novara e il Verbano-Cusio-Ossola fanno registrare una quota superiore all'1% del budget complessivo destinato al Piemonte.

¹ ISTAT, *I bilanci consuntivi delle amministrazioni comunali – Anno 2007*. Roma: ISTAT, 2009.

² Poiché per l'anno 2007 la Direzione Regionale per i Beni Culturali e Paesaggistici del Piemonte non ha fornito i dati sulle risorse destinate ai lavori pubblici in Regione, questi sono stati desunti dal programma triennale del Ministero. Il dato rilevato pertanto è di 29,95 milioni di euro, a cui aggiungere i poco più di 6 milioni destinati ai lavori pubblici, come indicato nelle tabelle ministeriali.

³ I fondi del gioco del Lotto del 2007 rientrano nella programmazione triennale 2007-2009 che per il Piemonte ammonta complessivamente a 17,5 milioni di euro, mentre la precedente programmazione 2004-2006 prevedeva risorse pari a 26,2 milioni di euro.

In un confronto nazionale sulla ripartizione del FUS, che ovviamente tiene conto della struttura dell'offerta di ciascuna Regione e della presenza o meno di fondazioni liriche, il Piemonte occupa l'ottava posizione quanto a dimensione delle erogazioni. Se si tiene conto, invece, della cifra pro capite pari a 5,45 euro contro una media nazionale di 7,61 euro, il Piemonte occupa l'undicesima posizione nella classifica delle Regioni.

Il non brillante posizionamento quanto a ripartizione del FUS rispetto alle altre regioni acquista una rilevanza considerevole se letto alla luce di una dinamica di contrazione crescente della spesa pubblica dello Stato (non solo per lo spettacolo) e che si applica a dimensioni totali della spesa certamente non sovrabbondanti, soprattutto se confrontate con la ricchezza del patrimonio culturale italiano. Se la spesa del Ministero per i Beni e le Attività Culturali a livello nazionale è valutabile in 2.230,27 milioni di euro, pari a circa lo 0,3% dell'ammontare complessivo delle spese dello Stato⁴, la spesa per la cultura dello Stato francese è valutata in 7.232,3 milioni, pari al 2,2% del bilancio totale⁵.

SPESA DELLA REGIONE PIEMONTE

La spesa dell'amministrazione regionale tocca i 78,2 milioni, il 10,3% in meno rispetto al 2006, ma si attesta comunque su un livello del 20% superiore rispetto ai 65,3 milioni del 2005. La spesa afferente alla nuova Direzione 18 Cultura, che comprende i

beni culturali e lo spettacolo prima divisi in due differenti Direzioni⁶, si suddivide prioritariamente in un 36% destinato a beni culturali e musei, in un 29% per lo spettacolo e in un 17% per biblioteche, archivi e istituti culturali. La promozione delle attività rappresenta il 9% del budget, la promozione del patrimonio linguistico il 4%, la Soprintendenza ai beni librari l'1%.

Per ciò che concerne la distribuzione geografica, Torino assorbe il 68% della spesa globale, seguita da Cuneo (10,8%), Alessandria (6,9%) e Novara (4%). Le rimanenti Province accolgono ciascuna meno del 3% di risorse erogate. Occorre rilevare tuttavia che l'incidenza della spesa su Torino è "mitigata" dal fatto che una parte non trascurabile di risorse destinate a istituzioni localizzate a Torino sono stanziare per la realizzazione di attività e il mantenimento di circuiti che si dispiegano sull'intero territorio regionale.

Se si analizza il peso delle spese per la cultura sull'intero bilancio regionale si arriva a una percentuale di 0,6 e a un importo pro capite di 18 euro.

Difficile, data la modalità di ricostruzione della spesa regionale⁷, effettuare un confronto pertinente e congruente con altre realtà regionali, a meno di operare la stessa riaggregazione delle spese in tutte le altre regioni. L'ISTAT fornisce un dato aggregato sotto la voce *Istruzione, cultura e ricerca scientifica*, riportato nelle elaborazioni relative alla finanza pubblica: a livello nazionale l'insieme delle amministrazioni regionali fa registrare nel 2006 una spesa complessiva (parte corrente e conto capitale) di 6.809 milioni di euro per questo capitolo, pari al 3,8% del totale di 177.835 milioni⁸. Il bilancio della Regione Piemonte

⁴ Fonte: elaborazioni OCP su dati del Rendiconto Generale 2007 dello Stato.

⁵ DEPS, *Les dépenses culturelles des collectivités locales en 2006: près de 7 milliards d'euros pour la culture*, "Culture Chiffres", 2009-3, p. 26. Occorre rilevare, tuttavia, che la valutazione delle risorse dello Stato francese non tiene conto solo del Ministero della Cultura, ma anche della spesa culturale messa in campo da altri Ministeri.

⁶ La nuova Direzione 18 comprende inoltre Turismo e Sport, le cui spese sono state ovviamente separate e non conteggiate all'interno delle risorse per la cultura.

⁷ La spesa regionale per la cultura è ricostruita a partire dalle determine e dalla contabilità della Direzione 18, ma non comprende eventuali spese culturali di altri assessorati o organi istituzionali.

⁸ ISTAT, *I bilanci consuntivi delle regioni e province autonome - Anno 2007*. Roma: ISTAT, 2009.

riporta una spesa per *Istruzione e cultura* di 338 milioni di euro, pari a una incidenza del 2,9% sul budget complessivo 2007 di 11.477 milioni⁹. Il dato così aggregato, tuttavia, (si tenga conto di una spesa conteggiata analiticamente per la sola cultura attorno ai 78 milioni) non consente di valutare in che misura la differenza di un punto percentuale tra livello nazionale e livello regionale sia imputabile al solo settore culturale.

Se si estende l'osservazione ad altri contesti europei, in Francia le spese per la cultura delle Regioni costituiscono il 2,2% delle spese totali, con una spesa di 9,5 euro per abitante¹⁰, ma occorre considerare le notevoli differenze nell'articolazione dei poteri territoriali e locali fra le due nazioni e la non comparabilità diretta delle funzioni e delle attività delle Regioni in Francia e in Italia.

SPESA DELLE PROVINCE

La spesa delle Province nel 2007, pari a 12 milioni complessivi, recupera quasi per intero il livello di spesa del 2005, dopo un calo nel 2006 a 10,9 milioni. Pur non essendo la cultura una delle storiche competenze delle amministrazioni provinciali, la sua incidenza sul totale delle erogazioni (per tutte le Province del Piemonte) è dell'1,2%, contro una media nazionale del 2,2% e una spesa in Piemonte di 2,82 euro pro capite. Per ciò che concerne i *Departements* francesi, se l'incidenza delle spese per cultura sul totale del budget è analoga alla media italiana (2,2%), la spesa di 22,1 euro per abitante è quasi dieci volte il dato piemontese e supera anche quella pro capite della Regione Piemonte. Anche in questo caso, tuttavia, è d'obbligo precisare la differenza nell'organizzazione

dello Stato nelle sue diverse articolazioni territoriali tra Francia e Italia, che non consentono automatismi nella comparazione.

SPESA DEI COMUNI

I 47 Comuni al di sopra dei 15.000 abitanti fanno registrare una spesa complessiva di 188,5¹¹ milioni di euro, 10 milioni al di sotto del livello raggiunto nel 2005, quando si sfiorava la quota 200 milioni, ma nettamente in ripresa (+33%) rispetto ai 141 milioni del 2006. In effetti gran parte di queste ampie oscillazioni trovano spiegazione nella dinamica propria del Comune di Torino, che nel 2005 ha concluso una serie importante di lavori per i Giochi Olimpici Invernali e nell'anno successivo ha ridotto le erogazioni (-57 milioni di euro) in particolare dei finanziamenti in conto capitale. Nel 2007 la spesa del Comune di Torino torna a livelli prossimi a quelli del 2005, con un recupero di 50 milioni rispetto all'anno precedente che porta il totale delle spese in cultura a 123,8 milioni contro i 130,4 del 2005, trascinando in una dinamica positiva l'intero insieme delle spese comunali in Piemonte. Dinamiche di segno negativo riguardano, invece, i Comuni delle Province di Cuneo, Novara e Vercelli, mentre il complesso degli enti locali nelle altre Province è caratterizzato da un segno positivo. Tuttavia, il dato rilevante è che il Comune di Torino rappresenta il 66% della spesa dei 47 Comuni al di sopra di 15.000 abitanti e che il recupero del livello di spesa del 2005, pur positivo, non significa un'uscita da una fase caratterizzata da sensibili turbolenze; al contrario, il forte aumento dell'offerta culturale – che comporta un progressivo innalzamento dei costi correnti per sostenerne le attività – e le condizioni

⁹ Bilancio Consuntivo 2007 della Regione Piemonte.

¹⁰ DEPS, *Les dépenses culturelles des collectivités locales en 2006: près de 7 milliards d'euros pour la culture*, "Culture Chiffres", 2009-3, p.26.

¹¹ Si ricorda tuttavia che il dato aggregato della spesa in cultura per tutti i 1.209 Comuni piemontesi fornito dall'Istat fa registrare una cifra di 236 milioni di euro.

complessive di difficoltà finanziaria del Comune, che impongono forti contenimenti della spesa, individuano un orizzonte di criticità già pienamente percepibile nel 2007 e che caratterizzerà tutto il 2008.

D'altro canto lo sforzo economico del Comune di Torino è facilmente rilevabile: se l'insieme dei 47 Comuni piemontesi al di sopra di 15.000 abitanti raggiunge un indice di spesa pro capite di 80 euro, il solo Comune di Torino si attesta a 130 euro, con un'incidenza della spesa in cultura del 5,7% sul totale del bilancio. Rispetto alle altre città metropolitane e capoluoghi di Regione (Milano, Genova, Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Bari, Palermo, Cagliari), Torino è prima per incidenza delle spese culturali sul totale del bilancio; è superata in termini assoluti di spesa dalla sola Roma (187,1 milioni di euro per la cultura a Roma contro i 123 di Torino) ed è superata nella spesa pro capite dalla sola Venezia (157 euro contro i 138 di Torino).

Se a livello nazionale, dunque, emerge una posizione di primo piano per quanto concerne il sostegno alle attività culturali, la situazione appare assai più equilibrata in un confronto internazionale, con alcune delle città europee "competitrici" come Stoccarda, Lione, Valencia, Grenoble, Glasgow.

In termini assoluti, per dimensione della spesa culturale, Torino occupa la terza posizione dopo Stoc-

carda e Glasgow, ma per incidenza della spesa culturale sul bilancio totale si colloca penultima davanti alla sola Stoccarda (Torino 5,7%, Stoccarda 4,5%). Tutte le altre città si collocano al di sopra del 7%, Valencia con il 9,4% e Lione con il 13,2%. Nella spesa pro capite Torino con i suoi 130 euro è davanti alla sola Valencia, mentre negli altri casi si va dai 222 euro di Grenoble ai 299 euro di Glasgow. Per quanto si tratti di un confronto limitato a pochi esempi, si evidenzia come il livello di spesa per la cultura sostenuto dal Comune di Torino, pur occupando le posizioni di testa in Italia, si confronta con una situazione internazionale in cui altre città investono altrettanto vivacemente e decisamente in cultura, perseguendo – come Torino – una strategia di competizione che vede nella cultura uno degli asset cruciali di sviluppo.

Un ulteriore confronto consente di collocare la situazione piemontese: per i 1.209 Comuni del Piemonte, l'incidenza complessiva della spesa è pari al 4,5% contro una media italiana del 3,3% e la spesa pro capite oppone 54,2 euro in Piemonte a 41,7 euro in Italia¹². Se si raffronta questo dato con la situazione francese, qui i Comuni al di sopra dei 10.000 abitanti investono in cultura mediamente l'8,1% del loro budget totale e toccano una soglia di spesa pro capite pari a 152,1 euro¹³.

¹² ISTAT, *I bilanci consuntivi delle amministrazioni comunali – Anno 2007*. Roma: ISTAT, 2009.

¹³ DEPS, *Les dépenses culturelles des collectivités locales en 2006*, cit., p. 3.

2.2 RISORSE PRIVATE PER LA CULTURA

Nel 2007 crescono ulteriormente gli investimenti in cultura delle 12 fondazioni bancarie piemontesi¹⁴ nel territorio regionale, superando quota 90 milioni (90,4)¹⁵, che corrisponde al 17,2% dell'intero ammontare delle erogazioni di tutte le fondazioni di origine bancaria per la cultura in Italia¹⁶.

L'analisi dei dati consente di individuare una serie di dinamiche che caratterizzano la spesa in Piemonte. In primo luogo, a un numero crescente di interventi sostenuti (2.239 nel 2007 contro i poco meno di 2.000 dell'anno precedente) corrisponde una maggior distribuzione sul territorio regionale: la spesa su Torino si mantiene stabile rispetto all'anno precedente attorno ai 55 milioni e cresce invece sensibilmente la spesa sul resto del territorio. In questo quadro positivo è tuttavia necessario rilevare un segnale di progressiva riduzione dell'investimento in cultura rispetto agli altri settori istituzionalmente sostenuti dalle fondazioni (sociale, ambiente, istruzione, ecc.): nel 2005 l'investimento in cultura sfiora

il 34% di tutte le erogazioni delle fondazioni bancarie piemontesi, nel 2006 scendeva al 32,4%, nel 2007 si attesta sul 26%. Il dato è significativo, perché corrisponde a un ridimensionamento strategico degli investimenti in cultura, che mantengono un segno positivo solo grazie all'aumento consistente dell'intero complesso delle risorse erogate dalle fondazioni. Ciò delinea una situazione in cui è esclusa qualsiasi prefigurazione che confidi in un effetto di compensazione da parte delle fondazioni rispetto alla contrazione delle risorse pubbliche, ma individua invece una situazione di riconsiderazione complessiva della dimensione della spesa e della sua allocazione alla luce di una relativizzazione dell'interesse per il settore culturale rispetto ad altri ambiti d'intervento e agli effetti della crisi che incidono pesantemente sulle risorse a disposizione delle fondazioni.

La spesa delle Consulte per la valorizzazione del patrimonio storico e artistico di 1,1 milioni di euro si mantiene stabile rispetto alle annate precedenti e le erogazioni liberali toccano 1,4 milioni di euro.

¹⁴ Le fondazioni piemontesi sono le seguenti: Compagnia di San Paolo, Fondazione Cassa di Risparmio di Torino, Fondazione Cassa di Risparmio di Alessandria, Fondazione Cassa di Risparmio di Asti, Fondazione Cassa di Risparmio di Biella, Fondazione Cassa di Risparmio di Bra, Fondazione Cassa di Risparmio di Cuneo, Fondazione Cassa di Risparmio di Fossano, Fondazione Cassa di Risparmio di Saluzzo, Fondazione Cassa di Risparmio di Savigliano, Fondazione Cassa di Risparmio di Tortona, Fondazione Cassa di Risparmio di Vercelli.

¹⁵ In realtà la spesa complessiva per cultura delle 12 Fondazioni è pari a 113,3 milioni, ma in questo conteggio compaiono solo le erogazioni che ricadono nel territorio regionale e non sono, inoltre, tenuti in conto investimenti volti a capitalizzare gli enti strumentali delle fondazioni stesse.

¹⁶ Fonte: elaborazione OCP su dati ACRI.

2.3 DIMENSIONE ECONOMICA DELLA CULTURA IN PIEMONTE

L'ordine di grandezza economico del settore culturale in Piemonte è stimabile per il 2007 intorno a 1,7 miliardi di euro, una quota pari a circa l'1,4% del Pil del 2007 dell'intera Regione¹⁷. Si tratta di una cifra non irrilevante anche solo dal punto di vista economico, indipendentemente dagli impatti sociali e culturali di tale investimento. Si tenga conto, inoltre, che tale stima sconta un conteggio "per difetto", non comprendendo l'indotto – in alcuni settori assai consistente (vedi le arti grafiche e le tipografie in relazione all'editoria) – e assommando soltanto i settori "core" della cultura, senza considerare le molteplici attività di confine tra cultura e altri settori (si pensi ai multimedia e alle nuove tecnologie).

In questa stima di circa 1,7 miliardi sono comprese la spesa dei cittadini per musei, mostre e fiere d'arte o culturali, per lo spettacolo dal vivo e per il cinema (circa 121 milioni), la spesa dello Stato, degli enti pubblici, delle fondazioni e delle Consulte (455,5 milioni), la dimensione economica dei settori di produzione industriale¹⁸ dell'editoria, della produzione discografica e audiovisiva, delle radio e delle tv (poco

meno di 1,2 miliardi di euro). Non rientrano in questo conteggio le spese dei cittadini per prodotti culturali come libri, dischi, download, apparecchi di riproduzione dei suoni e delle immagini.

In altri termini, la dimensione economica della cultura equivale a una cifra pro capite in Piemonte di quasi 387 euro a fronte di un Pil pro capite di 28.209 euro. Sulla base dei dati ISTAT l'incidenza percentuale delle spese per ricreazione e cultura delle famiglie sul totale delle spese è equivalente all'8,5% in Piemonte, al secondo posto in termini di classifica rispetto all'Emilia-Romagna (8,7%) e nettamente al di sopra della media nazionale, posizionata su un valore pari al 7,3%.

Infine, nonostante una stima che tiene conto della dimensione economica dei soli settori "centrali" di produzione ed attività culturale, senza prendere in considerazione l'indotto e l'alone delle attività di confine tra cultura, creatività, design, prodotti industriali e nuovi media, che pure rappresentano ambienti di notevole interesse per lo sviluppo locale e per la capacità di competizione internazionale, è possibile individuare tra le caratteristiche cruciali del settore l'alta intensità del lavoro umano a fronte di un fatturato per addetto relativamente contenuto, di circa 273.000 euro per ciò che concerne l'industria culturale (editoria, audiovisivo, radio, tv, ecc.)

¹⁷ ISTAT, *Conti economici regionali. Anni 2000-2007*. Roma: ISTAT, 2008.

¹⁸ Vedi Capitolo 3.

2.4 DIMENSIONE OCCUPAZIONALE

I censimenti diretti e le analisi sul campo dell'Osservatorio riescono a "vedere" nei diversi sub-settori della cultura circa 17.000 addetti, di cui 10.000 retribuiti e 7.000 volontari. I settori in cui si distribuisce la presenza massiccia del volontariato sono i musei, le biblioteche e lo spettacolo dal vivo dove, a fronte dei 7.000 volontari, lavorano retribuiti poco più di 4.000 addetti. I restanti 6.000 addetti retribuiti lavorano nell'industria culturale, dove nel solo settore dell'editoria libraria e dei periodici ne sono occupati più di 3.500.

Anche in questo caso la quota direttamente censita dall'Osservatorio rappresenta unicamente il nucleo più centrale e consolidato del settore culturale, con esclusione dell'indotto, e non considera tutti coloro che a qualche titolo sono impegnati nella produzione culturale anche al di fuori delle aziende appartenenti al comparto, ivi compresi i funzionari pubblici preposti alla programmazione e all'amministrazione della spesa pubblica. D'altro canto i confini stessi dell'occupazione culturale, com'è noto, risultano assai labili, con una prevalenza di rapporti atipici e con forme assai variegate di composizione di quote di lavoro volontario e/o retribuito e di auto-occupazione, in una gamma molto estesa di modalità e articolazioni.

L'ISTAT stima in Piemonte l'occupazione nel settore "ricreazione e cultura"¹⁹ all'1,3% delle unità di lavoro totali, ovvero l'equivalente di circa 25.595 occupati a tempo pieno²⁰. Se tuttavia si elaborano – con base censimento 2001 – i codici Ateco a cinque cifre che definiscono le categorie di attività, si può arrivare a una determinazione più precisa dell'occupazione culturale. Le professioni "centrali" del settore culturale

comparabili con i sub-settori censiti dall'OCP (beni culturali, musei, biblioteche, spettacolo dal vivo, cinema, industria culturale ed editoriale, ecc.) arriverebbero a occupare circa 17.000 persone; nell'indotto, prevalentemente editoriale, lavorano invece altre 14.000 persone.

Gli oltre 31.000 occupati salirebbero a più di 37.000 se si considerassero le agenzie di pubblicità all'interno del settore culturale. In queste cifre sono comprese le attività di design, ma non gli studi di architettura e ingegneria, non sono incluse discoteche, sale da ballo e altre forme di intrattenimento e inoltre non sono conteggiati i funzionari pubblici a ogni livello impegnati nella gestione e nell'amministrazione delle risorse impegnate in attività culturali. Non compaiono in queste cifre, infine, le istituzioni formative di qualsiasi livello e le scuole d'arte.

Premesso ciò, e considerato che il 2001 è un riferimento che comincia ad essere distante nel tempo, una dimensione complessiva del settore culturale attorno ai 35.000 occupati appare credibile e vede significativamente convergere i dati rilevati dall'ISTAT e le indagini sul campo dell'Osservatorio. È da notare, tuttavia, che la gran parte dell'occupazione è generata dalle attività industriali e in particolare dall'editoria e dalla sua filiera, fino a comprendere l'indotto delle arti grafiche e delle tipografie, che da lungo tempo vede un consolidamento e un'alta qualificazione a Torino e in Piemonte. Se si considera la popolazione occupata nelle attività direttamente relazionate alla spesa pubblica e al sostegno delle fondazioni bancarie e nel loro indotto, si può stimare una quota complessiva attorno ai 10.000 occupati in Regione, con una forte quanto prevedibile concentrazione nel capoluogo regionale.

¹⁹ Secondo l'ISTAT "Il settore 'ricreazione e cultura' comprende, secondo la classificazione Nace Rev.1 delle attività economiche, le seguenti attività: produzioni e distribuzioni cinematografiche e di video; attività radio televisive; altre attività dello spettacolo (es. discoteche e sale giochi); attività delle agenzie di stampa; attività di biblioteche, archivi, musei ed altre attività culturali; attività sportive; altre attività ricreative (es. giochi d'azzardo)".

²⁰ ISTAT, *Indicatori regionali di contesto chiave e variabili di rottura – Asse II Risorse culturali - Volume di lavoro impiegato nel settore ricreazione e cultura, 2009.*

RISORSE PER LA CULTURA

SPESA DELLO STATO

Tab.1 RISORSE DELLO STATO IN PIEMONTE SUDDIVISE PER PROVINCIA (2005-2007)*

VALORI IN EURO

2007

PROV.	FUS	LOTTO	ENTI PERIFERICI*	ARCHIVI*	TOTALE
AL	126.056		nd.	nd.	126.056
AT	157.976		nd.	nd.	157.976
BI	83.130	92.160	nd.	nd.	175.290
CN	129.174		nd.	nd.	129.174
NO	381.191		nd.	nd.	381.191
TO	22.147.795	6.312.960	nd.	nd.	28.460.755
VC	229.836		nd.	nd.	229.836
V.C.O.	289.150		nd.	nd.	289.150
Piemonte	23.544.308	6.405.120	5.698.777	494.597	36.142.802
Var.% 2007-2006	5,3	-47,5	-	-	

2006

PROV.	FUS	LOTTO	ENTI PERIFERICI	ARCHIVI	TOTALE
AL	130.966		1.124.560		1.255.526
AT	169.758		320.000		489.758
BI	69.000	263.509	19.000		351.509
CN	132.828	395.263	1.601.000		2.129.091
NO	387.543	175.672	24.000		587.215
TO	20.968.838	11.367.322	2.337.500	80.329	34.753.989
VC	216.197		737.500		953.697
V.C.O.	275.700		20.000		295.700
Piemonte	22.350.830	12.201.766	6.183.560	80.329	40.816.484
Var.% 2006-2005	-18,5	3,7	-9,4	-89,7	-12,8

2005

PROV.	FUS	LOTTO	ENTI PERIFERICI	ARCHIVI	TOTALE
AL	158.184		906.000		1.064.184
AT	297.322		310.300	718.881	1.326.503
BI	129.223	218.307	45.660		393.190
CN	2.015.134	218.307	740.534		2.973.975
NO	469.239	145.538	50.000		664.777
TO	23.638.541	11.183.237	4.424.661	64.080	39.310.519
VC	398.928		318.660		717.588
V.C.O.	323.368		29.000		352.368
Piemonte	27.429.939	11.765.388	6.824.815	782.961	46.803.104

* Non sono disponibili le risorse erogate dagli enti periferici dello Stato (la Soprintendenza ai Beni Archeologici, la Soprintendenza ai Beni Architettonici e Paesaggistici, la Soprintendenza per il Patrimonio Storico, Artistico ed Etnoantropologico e la Soprintendenza Archivistica per il Piemonte e la Valle d'Aosta) per il 2007. Il dato relativo al 2007 si riferisce a una stima calcolata sulla base della programmazione triennale, 2007-2009, ordinaria e integrativa dei lavori pubblici del Ministero dei Beni Culturali per i settori su citati. Non è quindi possibile calcolare la variazione percentuale del 2007 rispetto all'anno precedente.

Fonte: elaborazione OCP su dati MiBAC

FONDO UNICO PER LO SPETTACOLO

Tab. 2 ANDAMENTO FUS IN PIEMONTE INCLUSI I CONTRIBUTI EROGATI AGLI ESERCIZI CINEMATOGRAFICI (2000-2007)*

VALORI IN EURO

SETTORE	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Cinema	751.961	1.081.172	1.337.533	1.592.454	944.810	3.581.822	1.243.487	1.246.399
Danza	957.511	971.610	976.430	974.611	1.013.000	972.000	935.000	917.000
Musica	19.479.305	20.055.471	19.995.299	20.036.922	19.564.124	18.677.117	16.385.343	17.565.909
Prosa	4.171.939	4.191.564	4.227.583	4.309.000	4.347.000	4.199.000	3.787.000	3.815.000
Totale Piemonte	25.360.716	26.299.817	26.536.844	26.912.987	25.868.934	27.429.939	22.350.830	23.544.308

* Nel totale annuale sono inclusi i finanziamenti stanziati per il cinema a favore degli esercizi cinematografici per lavori di ristrutturazione e adeguamento delle sale; tale fonte di finanziamento è prevista dal D.M. 390 del 2000 e i relativi contributi sono stati concessi a partire dal 2001 fino al 2005 e nel 2007.

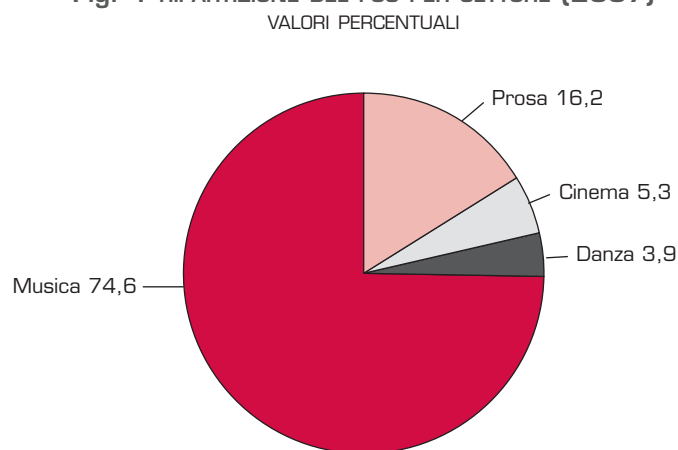
Non è disponibile il dato relativo ai contributi in conto interessi erogati nel 2002 a favore degli esercizi cinematografici.

Il totale dei finanziamenti stanziati per il cinema nel 2006 include i contributi a favore dei produttori cinematografici sulla base degli incassi ottenuti dal film e i contributi agli autori, le cui modalità di erogazione sono previste dal D.M. del 16 luglio 2004.

Il totale dei finanziamenti stanziati per il cinema nel 2007 include i contributi a favore di progetti speciali, per un totale pari a 85.000 euro.

Fonte: elaborazione OCP su dati MiBAC

Fig. 1 RIPARTIZIONE DEL FUS PER SETTORE (2007)

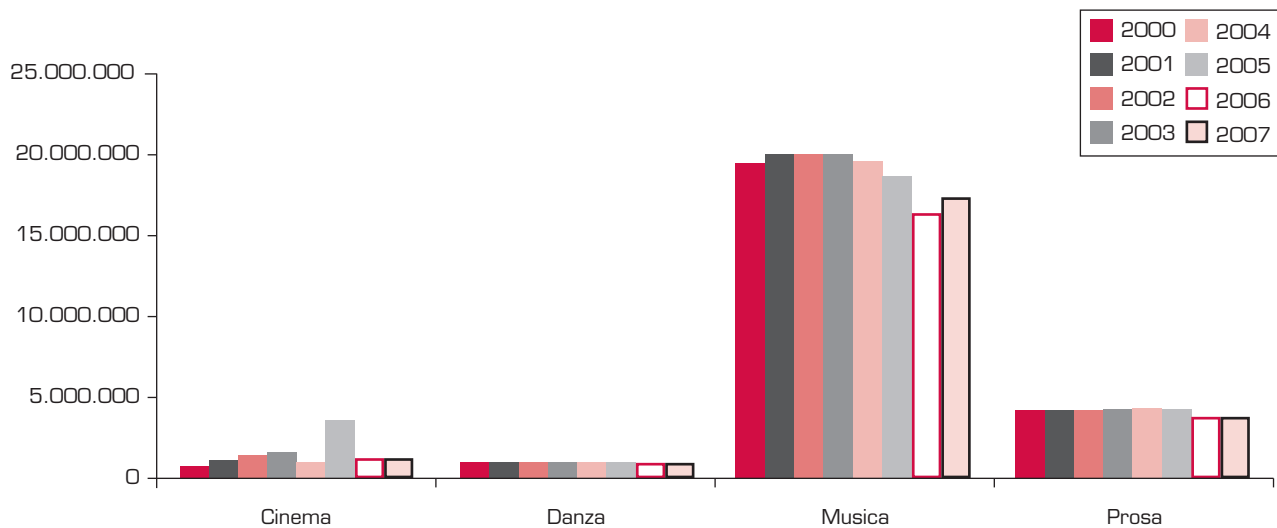


Fonte: elaborazione OCP su dati MiBAC

Nel 2007 il settore musicale ha assorbito, come di consueto, la maggior parte delle risorse del FUS, circa il 75% del totale dei finanziamenti erogati, con un aumento rispetto al 2006 del 5,34%. In tale ambito va evidenziato che più di 15 milioni di euro sono stati destinati nel 2007 alla Fondazione Teatro Regio di Torino, mentre la Fondazione Teatro Stabile di Torino assorbe circa 2 milioni di euro del settore della prosa, pari al 53% delle erogazioni totali del settore.

Fig. 2 ANDAMENTO DEI FINANZIAMENTI FUS SUDDIVISI PER SETTORE (2000-2007)

VALORI IN EURO



Fonte: elaborazione OCP su dati MiBAC

I contributi erogati dallo Stato attraverso il FUS hanno registrato una fase di sostanziale stabilità fino al 2003, mentre nei successivi anni si è assistito a una progressiva contrazione dei finanziamenti. Il settore del cinema si discosta da questo andamento, in quanto nel 2005 i finanziamenti sono aumentati per effetto dei contributi erogati agli esercizi cinematografici per la ristrutturazione e l'adeguamento delle strutture. Tali investimenti hanno subito nuovamente una contrazione negli anni successivi. Un'eccezione è data dal settore musica, che nel 2007 segna una variazione positiva dovuta all'aumento dei contributi erogati per la Fondazione Teatro Regio di Torino che, rispetto al 2006, registra un incremento dell'8,5%, mentre il contributo alla Fondazione Teatro Stabile di Torino si attesta sui livelli dell'anno precedente.

Tab. 3 RIPARTIZIONE DEI FINANZIAMENTI DEL FUS PER SETTORE E PROVINCIA (2007)

VALORI IN EURO

PROVINCIA	MUSICA		PROSA		DANZA		CINEMA*		TOTALE	
	IMPORTO	INTERVENTI	IMPORTO	INTERVENTI	IMPORTO	INTERVENTI	IMPORTO	INTERVENTI	IMPORTO	INTERVENTI
AL	35.000	2	45.000	1	25.000	1	21.056	4	126.056	8
AT	1.100	2	150.000	2	-	-	6.876	2	157.976	6
BI	77.150	14	-	-	-	-	5.980	1	83.130	15
CN	83.600	15	5.000	1	27.000	1	13.574	6	129.174	23
NO	365.850	9	10.000	1	-	-	5.341	3	381.191	13
TO	16.489.309	90	3.605.000	12	865.000	4	1.188.486	33	22.147.795	139
VC	224.750	7	-	-	-	-	5.086	3	229.836	10
V.C.O.	289.150	15	-	-	-	-	-	-	289.150	15
Piemonte	17.565.909	154	3.815.000	17	917.000	6	1.246.399	52	23.544.308	229

* Il totale dei finanziamenti stanziati per il cinema nel 2006 include i contributi a favore dei produttori cinematografici sulla base degli incassi ottenuti dal film e i contributi agli autori, le cui modalità di erogazione sono previste dal D.M. del 16 luglio 2004, nonché quelli destinati ai progetti speciali.

Fonte: elaborazione OCP su dati MiBAC

SPESA DELLA REGIONE PIEMONTE

Tab. 4 FINANZIAMENTI EROGATI DALLA DIREZIONE 18 - CULTURA, TURISMO E SPORT - SUDDIVISI PER PROVINCIA* (2005-2007)

VALORI IN EURO

PROVINCIA	2005**	2006**	2007	VAR.% 2006-2005	VAR. % 2007-2006
AL	2.620.661	2.767.256	5.360.884	5,6	93,7
AT	728.449	1.312.212	1.674.028	80,1	27,6
BI	2.188.333	1.481.018	2.125.276	-32,3	43,5
CN	8.817.508	8.923.544	8.415.013	1,2	-5,7
NO	5.377.784	2.381.265	3.134.136	-55,7	31,6
TO	39.255.733	66.893.597	52.818.084	70,4	-21,0
VC	1.760.424	1.630.070	1.991.251	-7,4	22,2
V.C.O.	979.673	809.864	1.983.791	-17,3	145,0
Totale Province piemontesi	61.728.566	86.198.826	77.502.465	39,6	-10,1
Non localizzabili	688.520	-	25.000		
Totale Piemonte	62.417.086	86.198.826	77.527.465	38,1	-10,1
Fuori Regione	2.978.192	1.020.134	677.000	-65,7	-33,6
Totale Direzione	65.395.277	87.218.960	78.204.465	33,4	-10,3

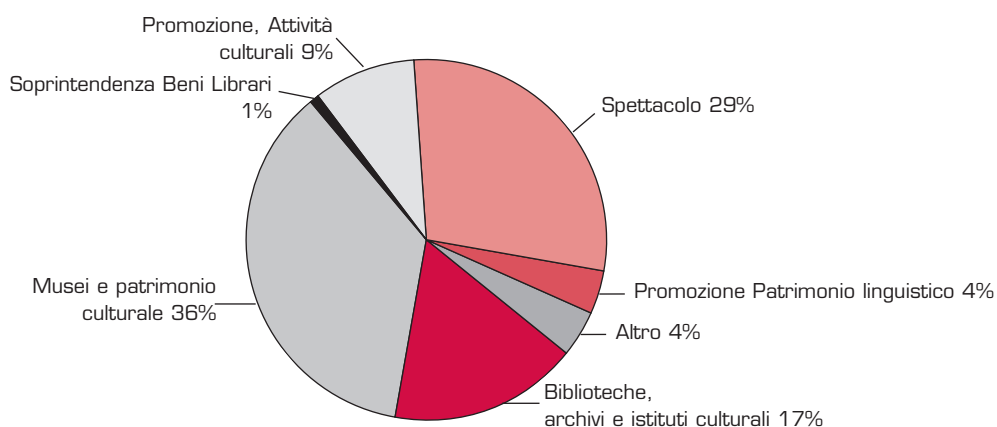
* Negli anni 2005-2006 sono stati considerati i contributi erogati dalla Direzione Regionale 31 - Beni Culturali (Settori musei e patrimonio culturale, convegni e seminari, beni librari, archivi, biblioteche e istituti culturali) e i contributi erogati dalla Direzione 32 - Promozione di attività culturali, Istruzione e Spettacolo. Nel 2007 gli ambiti considerati per le erogazioni della Direzione Regionale 18 sono: biblioteche e istituti culturali, musei e patrimonio culturale, promozione attività culturali, promozione del patrimonio culturale e linguistico, spettacolo e Soprintendenza Regionale ai Beni Librari.

** I dati al 2005 e 2006 sono relativi alla somma dei finanziamenti erogati dalla Direzione 31 - Beni Culturali e dalla Direzione 32 - Promozione Attività culturali, Istruzione e Spettacolo. Nel totale 2005 non sono inclusi i contributi della Soprintendenza Regionale ai Beni Librari in quanto non disponibili per singola Provincia.

Fonte: elaborazione OCP su dati Regione Piemonte, Direzione Regionale 31 - Beni Culturali, Direzione Regionale 32 - Promozione Attività Culturali, Istruzione e Spettacolo e Direzione Regionale 18 - Cultura, Turismo e Sport

Fig. 3 RIPARTIZIONE DELLA DIREZIONE CULTURA, TURISMO E SPORT PER SETTORE (2007)

VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazione OCP su dati Regione Piemonte, Direzione Regionale 18 - Cultura, Turismo e Sport

SPESA DELLE PROVINCE

Tab. 5 ANDAMENTO DELLA SPESA PER LA CULTURA DELLE PROVINCE PIEMONTESI (1999-2007)*

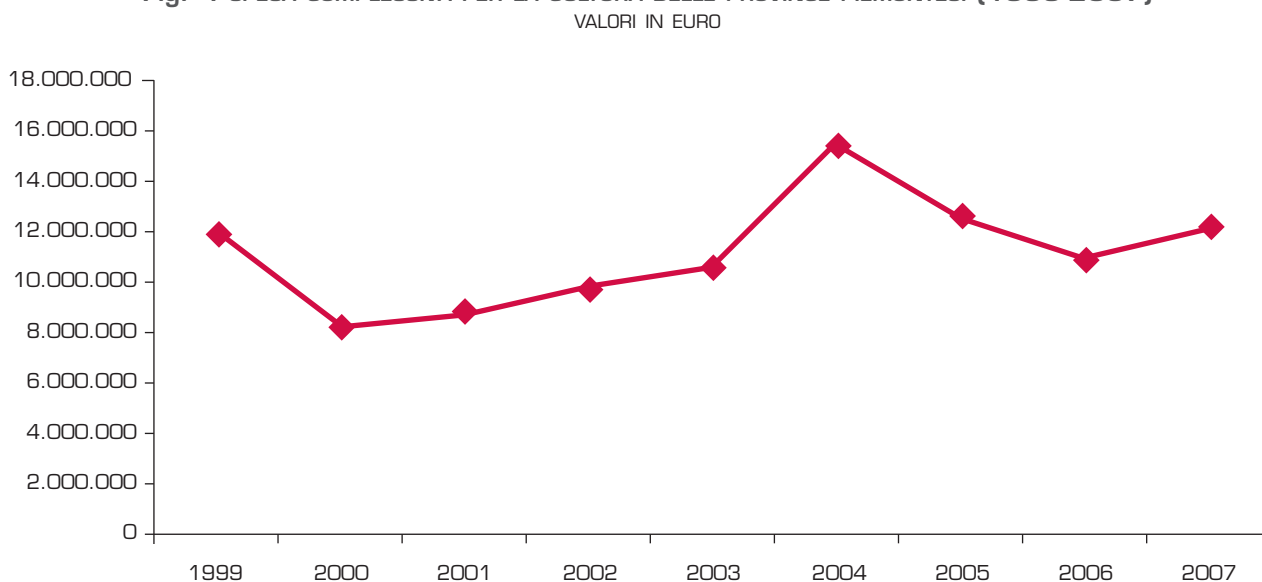
VALORI IN EURO

ANNO	ATTIVITÀ-SPESE CORRENTI	ATTIVITÀ-SPESE IN CONTO CAPITALE	MUSEI, BIBLIOTECHE, PINACOTECHE- SPESE CORRENTI	MUSEI, BIBLIOTECHE, PINACOTECHE-SPESE IN CONTO CAPITALE	TOTALE SPESE CORRENTI	TOTALE SPESE IN CONTO CAPITALE	TOTALE	VAR. %
1999	7.654.133	180.944	3.479.528	591.005	11.133.661	771.949	11.905.610	
2000	5.675.456	678.170	1.772.932	56.859	7.448.388	735.029	8.183.417	-31,3
2001	5.696.184	866.379	2.056.521	210.675	7.752.705	1.077.054	8.829.759	7,9
2002	7.523.969	605.060	1.393.131	249.825	8.917.100	854.885	9.771.985	10,7
2003	7.841.140	1.053.723	1.271.054	394.504	9.112.194	1.448.227	10.560.421	8,1
2004	10.253.907	2.116.672	1.465.887	1.620.837	11.719.794	3.737.509	15.457.303	46,4
2005	8.351.810	2.246.794	1.157.437	951.061	9.509.247	3.197.854	12.707.102	-17,8
2006	8.159.550	1.574.945	999.658	176.174	9.159.208	1.751.119	10.910.327	-14,1
2007	8.759.892	2.454.502	814.859	238.022	9.574.751	2.692.524	12.267.275	12,4

* I dati sono relativi alla voce di bilancio "Funzioni relative alla cultura".

Fonte: elaborazione OCP su dati di bilancio consuntivo delle amministrazioni provinciali

Fig. 4 SPESA COMPLESSIVA PER LA CULTURA DELLE PROVINCE PIEMONTESI (1999-2007)



Fonte: elaborazione OCP su dati di bilancio consuntivo delle amministrazioni provinciali

Tab. 6 SPESA COMPLESSIVA PER LA CULTURA DELLE PROVINCE PIEMONTESI (2005-2007)*

VALORI IN EURO

PROVINCIA	2005	2006	2007	VAR. % 2006-2005	VAR. % 2007-2006
AL	519.765	711.303	569.964	36,9	-19,9
AT	848.850	1.252.685	1.412.662	47,6	12,8
BI	533.068	744.492	716.108	39,7	-3,8
CN	1.294.217	1.208.229	1.534.796	-6,6	27,0
NO	280.079	326.395	348.352	16,5	6,7
TO	7.369.395	4.367.790	4.739.061	-40,7	8,5
VC	1.530.108	1.096.848	2.253.044	-28,3	105,4
V.C.O.	331.620	1.202.586	693.289	262,6	-42,4
Totale	12.707.102	10.910.327	12.267.275	-14,1	12,4

* I dati sono relativi alla voce di bilancio "Funzioni relative alla cultura".

Fonte: elaborazione OCP su dati di bilancio consuntivo delle amministrazioni provinciali

Tab. 7 SPESA DELLE PROVINCE PIEMONTESI (2007)*

VALORI IN EURO

PROVINCIA	ATTIVITÀ CULTURALI	MUSEI, BIBLIOTECHE E PINACOTECHES	TOTALE
AL	569.964	-	569.964
AT	986.510	426.152	1.412.662
BI	716.108	-	716.108
CN	1.534.796	-	1.534.796
NO	348.352	-	348.352
TO	4.286.732	452.329	4.739.061
VC	2.253.044	-	2.253.044
V.C.O.	518.889	174.400	693.289
Totale	11.214.394	1.052.881	12.267.275

* I dati sono relativi alla voce di bilancio "Funzioni relative alla cultura".

Fonte: elaborazione OCP su dati di bilancio consuntivo delle amministrazioni provinciali

Il totale della spesa delle Province in Piemonte per l'anno 2007 mostra un aumento, passando da 10,9 milioni di euro del 2006 a 12,2 milioni di euro, con un incremento del 12,4%. Tale andamento non è riscontrabile in tutte le amministrazioni provinciali: diminuiscono i contributi erogati dalle Province di Alessandria (-19,9%), Biella (-3,8%) e Verbanco-Cusio-Ossola (-42,2%), attestandosi tuttavia su livelli superiori al 2005. Va evidenziata invece la notevole crescita delle risorse stanziare dalla Provincia di Vercelli, con un aumento del 105,4% rispetto ai finanziamenti erogati nel 2006; l'incremento è dovuto a maggiori spese in conto capitale per le attività culturali. In relazione alla finalità delle risorse erogate, gli enti provinciali del Piemonte privilegiano le attività culturali rispetto a musei, biblioteche e pinacoteche.

Tab. 8 SPESA DELLE PROVINCE PIEMONTESI IN CONTO CAPITALE E CORRENTI (2007)

VALORI IN EURO

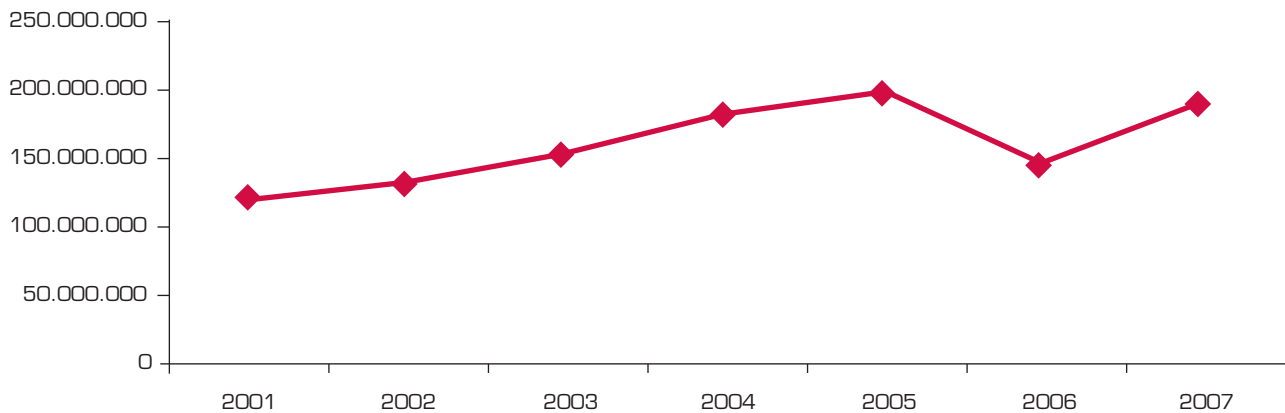
PROVINCIA	SPESE CORRENTI	SPESE IN CONTO CAPITALE	TOTALE COMPLESSIVO
AL	569.964	-	569.964
AT	858.226	554.436	1.412.662
BI	650.131	65.976	716.108
CN	1.407.459	127.337	1.534.796
NO	348.352	-	348.352
TO	4.128.249	610.812	4.739.061
VC	919.081	1.333.963	2.253.044
V.C.O.	693.289	-	693.289
Totale Province	9.574.751	2.692.524	12.267.275

Fonte: elaborazione OCP su dati di bilancio consuntivo delle amministrazioni provinciali

SPESA DEI COMUNI

Fig.5 ANDAMENTO DELLA SPESA PER LA CULTURA DEI COMUNI (2001-2007)*

VALORI IN EURO



*I dati sono relativi alla voce di bilancio "Funzioni relative alla cultura". Sono inclusi i 48 Comuni del Piemonte con una popolazione residente superiore ai 15.000 abitanti e il Comune di Grinzane Cavour.

Fonte: elaborazione OCP su dati di bilancio consuntivo delle amministrazioni comunali.

Nel 2007 la spesa per le funzioni relative alla cultura delle 48 amministrazioni comunali piemontesi monitorate dall'Osservatorio Culturale del Piemonte è aumentata del 33,3% rispetto al 2006. L'incremento delle risorse è determinato soprattutto dall'intensificazione degli investimenti del Comune di Torino, che ha accresciuto del 69% le spese, mentre il Comune di Vercelli ha diminuito del 40,2% gli stanziamenti nel settore culturale.

In generale l'incidenza delle spese correnti e in conto capitale sul totale delle risorse per l'anno 2007 dei Comuni capoluogo non ha subito cambiamenti significativi rispetto al 2006.

Relativamente ai Comuni capoluogo, quelli di Biella, Verbania e Torino fanno registrare i valori assoluti più alti. In particolare il Comune di Torino ha aumentato del 69% il budget disponibile per il settore culturale; tuttavia va sottolineato che tale incremento è da attribuire a impegni di spesa assunti precedentemente e pagati nel 2007.

Tab. 9 SPESA DELLA TOTALITÀ DEI COMUNI PIEMONTESI (2007)*

	VALORI IN EURO				TOTALE SPESE
	SPESE CORRENTI (COMPETENZA)	SPESE CORRENTI (RESIDUI)	SPESE IN CONTO CAPITALE (COMPETENZA)	SPESE IN CONTO CAPITALE (RESIDUI)	
Funzioni relative					
alla cultura e ai beni culturali	89.596.029	26.374.764	5.311.243	116.776.641	238.058.677
Totale delle Funzioni	2.603.541.493	699.090.459	412.767.111	1.512.008.301	5.227.407.364

* I dati si riferiscono a tutti i Comuni del Piemonte.

Fonte: elaborazione OCP su dati di bilancio consuntivo delle amministrazioni comunali

Tab. 10 SPESA DEI COMUNI PIEMONTESI* (2005-2007)

VALORI IN EURO

PROVINCIA	COMUNE	MUSEI, BIBLIOTECHE, PINACOTECHE					ATTIVITÀ CULTURALI					TOTALE		VAR % 2006- 2005	VAR % 2007- 2006	SPESA PRO- CAPITE
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007			
AL	Alessandria	1.989.365	3.710.286	2.983.536	1.096.234	996.465	1.569.592	3.085.599	4.706.751	4.553.128	52,5	-3,3	50			
	Altri Comuni	2.781.825	2.699.073	3.107.167	4.099.653	4.271.397	5.243.551	6.881.478	6.970.470	8.350.718	1,3	19,8	63			
	Totale	4.771.190	6.409.359	6.090.703	5.195.887	5.267.862	6.813.143	9.967.077	11.677.221	12.903.846	17,2	10,5	58			
AT	Asti	1.196.070	1.747.389	1.146.537	3.212.086	2.804.562	3.431.372	4.408.156	4.551.951	4.577.909	3,3	0,6	62			
	Totale	1.196.070	1.747.389	1.146.537	3.212.086	2.804.562	3.431.372	4.408.156	4.551.951	4.577.909	3,3	0,6	62			
BI	Biella	1.596.898	1.009.374	1.248.276	1.054.632	888.942	910.367	2.651.530	1.898.316	2.158.643	-28,4	13,7	47			
	Altri Comuni	112.030	124.366	127.936	353.557	362.576	346.975	485.587	486.941	474.910	4,6	-2,5	32			
	Totale	1.708.928	1.133.740	1.376.212	1.408.189	1.251.518	1.257.342	3.117.117	2.385.258	2.633.554	-23,5	10,4	43			
CN	Cuneo	3.304.044	2.627.747	1.487.131	1.456.094	824.152	1.689.878	4.760.138	3.451.899	3.177.009	-27,5	-8,0	58			
	Altri Comuni	4.119.990	3.795.618	3.643.401	5.900.164	6.261.028	5.630.128	10.020.154	10.056.547	9.273.529	0,4	-7,8	64			
NO	Totale	7.424.034	6.423.365	5.130.532	7.356.258	7.085.180	7.320.006	14.780.292	13.508.546	12.450.538	-8,6	-7,8	63			
	Novara	3.310.630	2.308.741	1.937.354	3.080.165	3.283.019	2.207.269	6.390.795	5.591.760	4.144.623	-12,5	-25,9	40			
	Altri Comuni	619.051	649.307	573.757	776.572	798.807	457.171	1.395.623	1.448.114	1.030.928	3,8	-28,8	15			
TO	Totale	3.929.681	2.958.048	2.511.111	3.856.737	4.081.856	2.654.440	7.786.418	7.039.874	5.175.551	-9,6	-26,5	30			
	Torino	50.720.516	43.654.273	63.637.242	79.709.494	29.624.759	60.216.846	130.430.010	73.279.032	123.854.088	-43,8	69,0	138			
	Altri Comuni	7.518.983	7.598.187	9.789.719	13.890.242	13.174.538	11.386.228	21.409.225	20.772.726	21.175.947	-3,0	1,9	34			
VC	Totale	58.239.499	51.252.460	73.426.961	93.599.736	42.799.297	71.603.074	151.839.235	94.051.758	145.030.035	-38,1	54,2	95			
	Vercelli	2.747.858	2.916.388	1.969.038	1.850.324	3.766.226	2.020.229	4.598.182	6.682.614	3.989.267	45,3	-40,3	90			
	Totale	2.747.858	2.916.388	1.969.038	1.850.324	3.766.226	2.020.229	4.598.182	6.682.614	3.989.267	45,3	-40,3	90			
V.C.O.	Verbania	660.980	418.596	404.935	363.818	193.561	248.601	1.024.798	612.157	653.536	-40,3	6,8	21			
	Altri Comuni	593.312	428.421	744.464	357.983	464.283	354.353	951.295	892.704	1.098.817	-6,2	23,1	32			
	Totale	1.254.292	847.017	1.149.398	721.801	657.844	602.954	1.976.093	1.504.861	1.752.353	-23,8	16,4	27			
Piemonte	81.271.552	73.687.767	92.800.493	117.201.018	67.714.315	95.712.559	198.472.570	141.402.082	188.513.052	-28,8	33,3	80				

* I dati sono relativi alla voce di bilancio "Funzione relativa alla cultura". Sono inclusi i 48 Comuni del Piemonte con una popolazione residente al 2007 superiore a 15.000 abitanti.

Fonte: elaborazione OCP su dati di bilancio consuntivo delle amministrazioni comunali

Tab. 11 INCIDENZA PERCENTUALE DELLE SPESE PER LE ATTIVITÀ CULTURALI E PER I MUSEI, BIBLIOTECHE E PINACOTECHES DEI COMUNI CAPOLUOGO (2006-2007)

COMUNE	2006 INCIDENZA %		2007 INCIDENZA %	
	DELLE ATTIVITÀ CULTURALI	DI MUSEI, BIBLIOTECHE, PINACOTECHES	DELLE ATTIVITÀ CULTURALI	DI MUSEI, BIBLIOTECHE, PINACOTECHES
Alessandria	21,2	78,8	34,5	65,5
Asti	61,6	38,4	75,0	25,0
Biella	46,8	53,2	42,2	57,8
Cuneo	23,9	76,1	53,2	46,8
Novara	58,7	41,3	53,3	46,7
Torino	40,4	59,6	48,6	51,4
Vercelli	56,4	43,6	50,6	49,4
Verbania	31,6	68,4	38,0	62,0
Totale Comuni	47,9	52,1	50,8	49,2

Fonte: elaborazione OCP su dati di bilancio consuntivo delle amministrazioni comunali

Tab. 12 INCIDENZA PERCENTUALE DELLA SPESA CORRENTE E IN CONTO CAPITALE NEI COMUNI CAPOLUOGO (2006-2007)

COMUNE	2006 INCIDENZA %		2007 INCIDENZA %	
	DELLA SPESA CORRENTE	DELLA SPESA IN CONTO CAPITALE	DELLA SPESA CORRENTE	DELLA SPESA IN CONTO CAPITALE
Alessandria	22,5	77,5	42,5	57,5
Asti	82,2	17,8	80,4	19,6
Biella	79,1	20,9	70,5	29,5
Cuneo	53,8	46,2	65,1	34,9
Novara	73,4	26,6	96,0	4,0
Torino	63,8	36,2	34,1	65,9
Vercelli	47,1	52,9	66,6	28,5
Verbania	93,1	6,9	95,6	4,4
Totale Comuni	65,6	34,4	48,1	51,9

Fonte: elaborazione OCP su dati di bilancio consuntivo delle amministrazioni comunali

**Tab. 13 SPESA COMPLESSIVA E PER LE FUNZIONI RELATIVE AI BENI E ATTIVITÀ CULTURALI.
UN CONFRONTO TRA LE CITTÀ METROPOLITANE ITALIANE (2007)**
VALORI IN EURO

	PAGAMENTI DI COMPETENZA	PAGAMENTI IN CONTO RESIDUI	TOTALE GENERALE DELLE SPESE	SPESE IN CONTO CORRENTI		SPESE IN CONTO CAPITALE		SPESE IN CONTO CAPITALE (RESIDUI)	TOTALE CULTURA	PESO % DELLA CULTURA		SPESA PRO CAPITE
				(COMPETENZA)	(RESIDUI)	(COMPETENZA)	(RESIDUI)			SUL TOTALE	ABITANTI 2007	
Torino	1.267.008.151	887.409.273	2.154.417.424	32.781.249	9.436.480	172.493	81.463.866	123.854.088	5,7	900.569	138	
Milano	7.517.742.257	1.032.731.816	8.550.474.073	45.827.587	17.180.738	700.532	22.497.352	86.206.209	1,0	1.303.437	66	
Genova	697.781.753	281.192.211	978.973.964	24.955.117	7.408.691	-	5.894.371	38.258.179	3,9	610.887	63	
Venezia	587.411.362	315.096.003	902.507.365	21.763.770	4.989.246	14.970.000	5.15.080	42.238.096	4,7	268.993	157	
Bologna	530.942.289	162.576.552	693.518.841	23.807.302	3.261.328	299.883	5.709.101	33.077.614	4,8	372.256	89	
Firenze	459.419.131	264.304.283	723.723.414	16.541.462	3.220.311	493.581	7.142.374	27.397.728	3,8	364.710	75	
Roma	4.159.745.971	1.796.526.643	5.956.272.614	129.941.952	32.554.449	5.545.976	19.097.343	187.139.720	3,1	2.718.768	69	
Napoli	1.065.596.253	852.834.305	1.918.430.558	8.190.152	6.921.480	-	2.489.686	17.601.318	0,9	975.139	18	
Bari	269.423.886	141.781.065	411.204.951	1.361.120	1.430.293	16.419.166	1.010	19.211.589	4,7	322.511	60	
Palermo	575.003.240	379.336.736	954.339.976	11.740.017	2.331.336	46.929	1.140.990	15.259.272	1,6	663.173	23	
Cagliari	150.609.442	113.744.147	264.353.589	5.561.222	1.288.589	-	5.722.880	12.572.691	4,8	158.461	79	

Fonte: elaborazione OCP su dati Ministero degli Interni

**Tab. 14 SPESA COMPLESSIVA E RISORSE DESTINATE ALLA CULTURA DALLE AMMINISTRAZIONI COMUNALI.
UN CONFRONTO TRA ALCUNE CITTÀ EUROPEE (2007)**
VALORI IN EURO

	PAGAMENTI CORRENTI	PAGAMENTI IN CONTO CAPITALE	TOTALE SPESE GENERALI	SPESE CORRENTI	SPESE DI INVESTIMENTO	TOTALE CULTURA	PESO % DELLA CULTURA		SPESA PRO CAPITE
							SUL TOTALE	ABITANTI 2007	
Stoccarda	2.402.229.411,61	853.713.349,99	3.255.942.761,60	128.476.330,93	17.170.901,00	145.647.231,93	4,5	591.578	246,20
Lione	551.088.838,56	312.113.201,92	863.202.040,48	95.468.201,91	18.565.696,17	114.033.898,08	13,2	445.452	256,00
Valencia*	727.092.959,51	68.855.939,09	799.333.273,60			74.810.728,00	9,4	810.064	92,35
Grenoble	259.530.619,35	162.849.670,33	422.380.289,68	31.612.725,54	3.460.662,40	35.073.387,94	8,3	157.986	222,00
Glasgow**	1.953.603.366,42	338.222.964,67	2.291.826.331,08	106.366.920,21	67.332.776,50	173.699.696,71	7,6	580.690	299,13

* I dati della città di Valencia sono relativi al preventivo 2009.

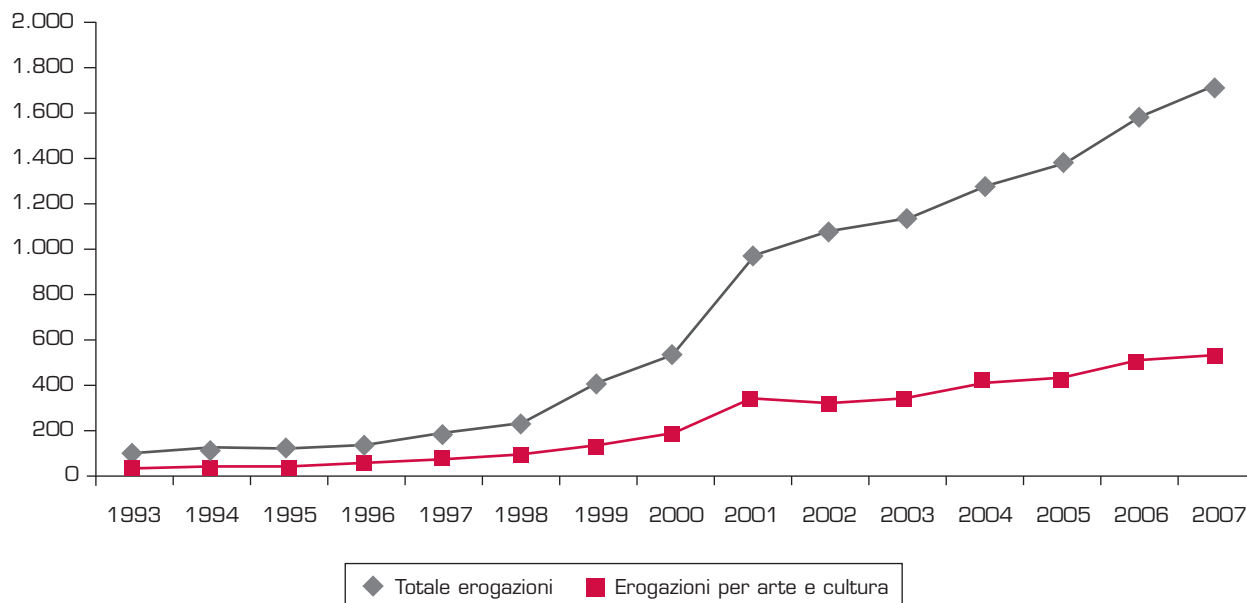
** I dati della città di Glasgow si riferiscono all'anno finanziario terminato a marzo 2008.

Fonte: elaborazioni OCP su dati di bilancio delle amministrazioni comunali

SPESA DEI PRIVATI

Fig. 6 DISTRIBUZIONE DELLE EROGAZIONI, COMPLESSIVE E NEL SETTORE ARTE E CULTURA, DELLE FONDAZIONI BANCARIE IN ITALIA (1993-2007)

VALORI IN MILIONI DI EURO



Fonte: elaborazione OCP su dati ACRI

Tab. 15 EROGAZIONI E INTERVENTI NEL SETTORE ARTE E CULTURA SUDDIVISI PER PROVINCIA DELLE FONDAZIONI BANCARIE PIEMONTESI (2005-2007)*

VALORI IN EURO

PROVINCIA	2005		2006		2007	
	IMPORTO	INTERVENTI	IMPORTO	INTERVENTI	IMPORTO	INTERVENTI
AL	3.479.572	201	2.717.977	158	6.140.600	258
AT	2.460.930	214	2.550.841	193	3.541.976	191
BI	2.344.344	215	2.534.940	222	2.414.323	209
CN	13.905.106	562	15.386.222	620	17.666.837	708
NO	737.500	23	480.050	23	928.400	26
TO	53.849.238	507	55.931.956	534	55.958.400	576
VC	1.365.756	80	2.054.696	109	2.593.572	104
V.C.O.	244.000	9	476.750	16	1.193.650	20
Piemonte	78.386.446	1.811	82.133.432	1.875	90.437.758	2.092

* Sono stati esclusi gli investimenti fuori Regione e quelli non localizzabili (Interreg, progetti propri, ecc.).

È stato escluso il finanziamento 2005 di 20 milioni di euro della Fondazione Cassa di Risparmio di Torino a favore dei Giochi Paralimpici Invernali 2006.

Nei dati del 2007 sono state escluse le erogazioni della Compagnia San Paolo relative al Fondo straordinario per il rafforzamento degli enti strumentali pari a 6 milioni di euro.

Fonte: elaborazione OCP su dati OCP e dati Osservatorio Fondazioni

Tab. 16 EROGAZIONI E INTERVENTI NEL SETTORE ARTE E CULTURA SUDDIVISI PER CLASSI DI IMPORTO DELLE FONDAZIONI BANCARIE PIEMONTESI (2005-2007)*
VALORI IN EURO

CLASSI DI IMPORTO	2005		2006		2007	
	IMPORTO	INTERVENTI	IMPORTO	INTERVENTI	IMPORTO	INTERVENTI
≤ 5.000	2.130.380	812	1.871.576	672	2.148.453	694
5.001-25.000	11.194.166	813	11.222.728	823	13.949.974	959
25.001-100.000	15.649.157	292	19.713.907	377	21.762.570	420
100.001-250.000	11.915.149	70	13.569.428	77	16.202.769	95
250.001-500.000	10.100.000	26	7.444.500	21	14.208.400	38
≥ 500.001	43.014.969	32	45.317.692	27	45.041.468	33
Totale*	94.003.821	2.045	99.139.831	1.997	113.313.634	2.239

* Il totale comprende tutti gli investimenti delle Fondazioni bancarie piemontesi, inclusi quelli destinati fuori Regione e quelli non localizzabili.

È stato escluso il finanziamento 2005 di 20 milioni di euro della Fondazione Cassa di Risparmio di Torino a favore dei Giochi Paralimpici Invernali 2006.

Nei dati del 2007 sono state incluse le erogazioni della Compagnia San Paolo relative al Fondo straordinario per il rafforzamento degli enti strumentali pari a 6 milioni di euro.

Fonte: elaborazione OCP su dati OCP e dati Osservatorio Fondazioni

A livello nazionale continuano ad aumentare le risorse delle fondazioni bancarie italiane nel settore “arte e cultura”, a cui viene destinato il 30,3% del totale delle erogazioni.

A livello regionale nel 2007 gli interventi per “arte e cultura” da parte delle fondazioni bancarie del Piemonte sono ulteriormente cresciuti: rispetto al 2006 le risorse stanziare sul territorio piemontese sono aumentate del 10% e il numero degli interventi del 12% rispetto al totale dell’anno precedente. Gli interventi finanziati sono soprattutto localizzati nelle Province di Cuneo e di Torino, mentre in quelle del Verbano-Cusio-Ossola e Novara viene finanziato un numero limitato di interventi²¹. Nel 2007, inoltre, sono aumentate in modo sostanziale le risorse distribuite nelle Province di Alessandria, Cuneo e del Verbano-Cusio-Ossola. Per quanto riguarda l’entità dei contributi stanziati, in generale vengono finanziati soprattutto investimenti e progetti di importo contenuto entro i 25.000 euro.

²¹ Va segnalato che nelle Province di Novara e del Verbano-Cusio-Ossola si rilevano interventi finanziati ad opera della Fondazione Cariplo di Milano con importi complessivi rispettivamente di oltre 700.000 euro e di quasi 850.000 euro per l’anno 2006.

Tab. 17 INVESTIMENTI DELLE FONDAZIONI BANCARIE SUDDIVISI PER SETTORE E DESTINAZIONE GEOGRAFICA (2005-2007)*
VALORI IN EURO

PROVINCIA	SETTORE	2005		2006		2007	
		IMPORTO	INTERVENTI	IMPORTO	INTERVENTI	IMPORTO	INTERVENTI
Torino	Erogazioni settore Arte & Cultura	53.849.238	507	55.931.956	534	55.958.400	576
	Erogazioni totali	139.392.201	1.445	171.044.172	1.546	250.992.484	1.626
	Incidenza Arte & Cultura su totali	38,6	35,1	32,7	34,5	22,3	35,4
Altre Province del Piemonte	Erogazioni settore Arte & Cultura	24.537.208	1.304	26.201.476	1.341	34.479.358	1.516
	Erogazioni totali	78.071.169	4.087	82.124.069	4.501	96.846.781	4.698
	Incidenza Arte & Cultura su totali	31,4	31,9	31,9	29,8	35,6	32,3
Totale Piemonte	Erogazioni settore Arte & Cultura	78.386.446	1.811	82.133.432	1.875	90.437.758	2.092
	Erogazioni totali	217.463.370	5.534	253.568.241	6.048	347.839.265	6.324
	Incidenza Arte & Cultura su totali	36,0	32,7	32,4	31,0	26,0	33,1
Totale generale*	Erogazioni settore Arte & Cultura	94.003.821	2.045	99.139.831	1.997	113.313.634	2.236
	Erogazioni totali	277.652.937	5.921	305.872.363	6.465	408.200.468	6.784
	Incidenza Arte & Cultura su totali	33,9	34,5	32,4	30,9	27,8	33,0

*Il totale generale comprende tutti gli investimenti delle fondazioni bancarie piemontesi, inclusi quelli non localizzabili e destinati fuori Regione.

È stato escluso il finanziamento 2005 di 20.000.000 di euro della Fondazione Cassa di Risparmio di Torino a favore dei Giochi Paraolimpici Invernali 2006.

Nei dati del 2007 sono state incluse le erogazioni della Compagnia San Paolo relative al Fondo straordinario per il rafforzamento degli enti strumentali pari a 6 milioni di euro.

Fonte: elaborazione OCP su dati OCP e Osservatorio Fondazioni

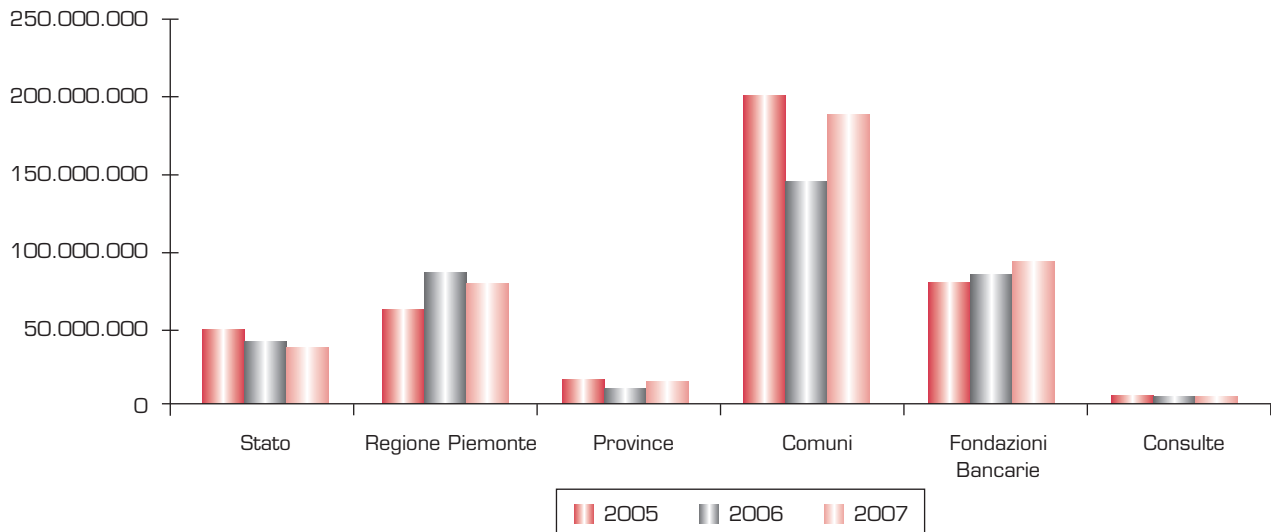
Tab. 18 QUADRO RIASSUNTIVO DEI SOGGETTI PUBBLICI E PRIVATI CHE SOSTENGONO LA CULTURA IN PIEMONTE (2005-2007)*
VALORI IN EURO

	2005	2006	2007	VARIAZIONI %	
				2006-2005	2007-2006
Stato*	46.803.104	40.816.484	36.142.802	-12,8	nd
Regione Piemonte	65.395.277	87.218.960	78.204.465	33,4	-10,3
Province	12.707.102	10.910.327	12.267.275	-14,1	12,4
Comuni	198.472.570	141.402.082	188.513.052	-28,8	33,3
Fondazioni Bancarie	78.386.446	82.133.432	90.437.758	4,8	10,1
Consulte	1.082.623	1.040.206	1.105.381	-3,9	6,3
Totale confrontabile	402.847.122	363.521.492	406.670.733	-9,8	11,9
Erogazioni liberali	1.348.635	491.999	1.407.778	-63,5	186,1
Totale	404.195.757	364.013.491	408.078.511	-9,9	12,1

*Le erogazioni dello Stato comprendono le risorse stanziare dal Fondo unico per lo spettacolo (FUS) e i fondi derivanti dal gioco del Lotto.

Fonte: elaborazione OCP su dati MiBAC, Direzione Regionale per i Beni Culturali Paesaggistici del Piemonte e Direzione Regionale 18 - Cultura, Turismo e Sport, Regione Piemonte, amministrazioni provinciali, amministrazioni comunali, Osservatorio Fondazioni, Consulta per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali di Torino, Consulta dell'Alessandrino, Consulta di Fossano, Consulta di Savigliano

Fig. 7 SOGGETTI PUBBLICI E PRIVATI CHE SOSTENGONO LA CULTURA IN PIEMONTE (2005-2007)
VALORI IN EURO



Fonte: elaborazione OCP su dati MiBAC, Direzione Regionale 18 - Cultura, Turismo e Sport, Regione Piemonte, amministrazioni provinciali, amministrazioni comunali, Osservatorio Fondazioni, Consulta per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali di Torino, Consulta dell'Alessandrino, Consulta di Fossano, Consulta di Savigliano

3.1 INDUSTRIA DEI CONTENUTI

SETTORE DISCOGRAFICO

L'analisi del settore discografico a livello regionale non può trascurare il contesto internazionale al quale è strettamente legato, sia perché le etichette piemontesi si rivolgono anche al mercato internazionale, sia perché le modalità di consumo musicale hanno assunto caratteristiche globali; in questi termini il mercato internazionale risulta ancora dominato dalle quattro grandi multinazionali – Sony BMG, Warner, Universal e EMI – accanto alle quali, tuttavia – oltre a un ruolo più marginale ricoperto da un nutrito numero di imprese indipendenti – anche le multinazionali legate al settore dell'ICT si stanno conquistando un proprio spazio.

Dai dati rilevati nel 2008 dalla Federazione Internazionale dell'Industria Fonografica emerge un aumento sensibile della domanda, accompagnato dall'esplosione dei possibili canali attraverso i quali i consumatori possono accedere ai prodotti musicali. In questo panorama cambia sostanzialmente il ruolo delle case discografiche, che “stanno costruendo un futuro economico basato non solo sulla vendita di musica ma sulla ‘monetizzazione’ dell'accesso dei consumatori ad essa”¹. Questo rinnovamento dell'industria musicale introduce nuovi modelli di business, nei quali acquistano una posizione sempre più preminente la comunicazione e la partnership con le società dell'ICT. A fronte del calo globale delle vendite di CD, lo scenario più interessante è oggi rappresentato dalla distribuzione della musica su Internet, un mercato in piena espansione con un giro d'affari stimato a livello

globale nel 2008 di 3,7 miliardi di dollari, con un incremento del 25% rispetto al 2007.

La diffusione delle vendite legate alle piattaforme digitali segue andamenti diversi: negli Usa l'acquisto on line e il download rappresentano quasi il 40% del mercato, seguiti da Giappone, Regno Unito, Francia e Germania. Più lento è invece il processo di crescita del mercato della musica digitale in Italia, dove l'88% del fatturato del 2008² è riconducibile alla vendita di CD. Seppur in aumento rispetto all'anno precedente – nel 2008 è stato registrato il 4% in più nelle vendite on line e il 37% in più nei download – l'incremento del segmento digitale non è in grado di compensare la diminuzione del mercato tradizionale (il 21% in meno rispetto al 2007), che registra ormai da otto anni un andamento negativo.

Va segnalato, inoltre, che negli ultimi due anni in Italia la riscoperta del vinile, sebbene resti un prodotto di nicchia per amatori, ha generato un aumento della sua diffusione (il 200% in più di confezioni vendute nel 2007 rispetto al 2006), mentre la musica per la telefonia mobile, al contrario delle aspettative, ha registrato una decrescita (il 35% in meno del fatturato nel 2008 rispetto al 2007)³.

Passando al contesto regionale, permangono le difficoltà nel descrivere con precisione il comparto, principalmente per l'eterogeneità delle realtà presenti sul territorio. Nel 2008 risultano attivi in Piemonte cinque soggetti più strutturati, con un organico stabile di circa sette addetti ciascuno e con un progetto artistico ben definito nei settori pop-rock, dance, etno-folk, jazz, elettronica e world music. Accanto a questi si trova un insieme di strutture dalle dimensioni decisamente più contenute, nelle quali rientrano sia attività rivolte a un mercato di nicchia sia esperienze se-

¹ IFPI, *Digital Music Report 2009*, London, IFPI, 2009 p. 3 (traduzione nostra). Disponibile all'indirizzo Internet www.ifpi.org/content/library/DMR2009.pdf.

² Il fatturato complessivo dell'industria musicale, che comprende la vendita al dettaglio di CD e DVD musicali e quella su piattaforme digitali, è stimato nel 2008 in 178 milioni di euro. Fonte: IFPI, *Digital Music Report 2009. Nuovi modelli di business dell'industria musicale in un mondo che cambia. Versione italiana*. Disponibile all'indirizzo Internet: www.fimi.it/pdfddm/digital-report-italia-leggero.pdf.

³ IULM, *Economia della musica in Italia. Rapporto 2008*, Milano, Fondazione IULM, 2008. Disponibile all'indirizzo Internet: www.fondazioneiulm.it/images/stories/file/Paper/Economia%20della%20musica.pdf.

mi-professionali, mosse più da una forte passione che da una missione imprenditoriale.

Dal punto di vista delle dimensioni economiche, il giro d'affari del settore discografico piemontese è stimato per il 2007 attorno ai 9 milioni di euro, con un impiego di circa 75 addetti. Va evidenziato che quasi il 70% del fatturato totale è attribuibile a un numero ristretto di società che possono contare su un volume economico superiore al milione di euro ciascuna.

La maggioranza delle etichette piemontesi rivolge i propri prodotti sia al mercato nazionale sia a quello internazionale. Molto però dipende dal genere musicale prodotto: se il pop italiano non riesce a proporsi oltre i confini nazionali, la dance e i generi non in lingua italiana ottengono un posizionamento migliore sul mercato internazionale, specie in alcuni paesi europei (Spagna, Germania, Svizzera, Austria) e in alcune zone dell'estremo oriente (soprattutto Giappone).

Dalle interviste agli operatori sono emerse interessanti dinamiche che stanno caratterizzando il settore, da quasi un decennio attraversato da una crisi riconducibile sostanzialmente alla forte contrazione degli acquisti dei prodotti musicali su CD. Ed è proprio per compensare la diminuzione delle vendite di tali supporti che le etichette discografiche regionali, analogamente a quanto sta avvenendo nello scenario internazionale, stanno adattando e ampliando le proprie competenze non solo in ambito artistico ma anche in quello manageriale legato al marketing e alla comunicazione. Emerge inoltre la tendenza sempre più consolidata da parte di alcune società a proporsi sul mercato non soltanto come produttori musicali, ma come soggetti in grado di offrire servizi ad ampio spettro nella gestione dei diritti d'autore e nell'organizzazione di eventi musicali e culturali in genere.

La maggiore versatilità di questo settore rispetto agli altri comparti dell'industria culturale è in parte riconducibile a fattori endogeni – si pensi ad esempio alle realtà che avendo a disposizione uno studio di registrazione oltre ad impiegarlo per se stessi possono affittarlo a terzi o utilizzarlo per la realizzazione di jin-

gle pubblicitari e di sonorizzazioni per il video – ma anche alle condizioni di crisi persistente del settore che hanno spinto gli operatori verso un'alta adattabilità nei confronti delle difficoltà esterne. Questo aspetto traspare anche dalla distribuzione degli investimenti realizzati. Attualmente la propensione degli operatori è rivolta a tutti i settori di investimento: il punto di partenza rimane la ricerca di artisti su cui puntare per la realizzazione di progetti e la dotazione di un'adeguata strumentazione tecnologica negli studi di registrazione, ma, al tempo stesso, la comunicazione e la promozione acquistano un ruolo sempre più centrale nell'attività delle etichette regionali. Tali scelte sono dettate dall'esigenza, per chi promuove e propone musica, di adeguarsi sia alle diverse modalità di consumo del prodotto musicale, che viene utilizzato come sottofondo del vivere quotidiano e non solo come prodotto a sé, sia ai cambiamenti dei gusti, sempre più repentini e molteplici.

Anche in considerazione delle trasformazioni nella fruizione della musica, il comparto discografico piemontese, in particolare il segmento delle realtà medio-piccole, è orientato a esplorare le potenzialità fornite dal web e dal web 2.0, soprattutto per ciò che concerne l'avvicinamento di nuovo pubblico, la distribuzione dei prodotti e la promozione degli artisti. Oltre al proprio sito web, la maggioranza dei soggetti utilizza diversi social network – come Facebook, MySpace, Last Fm, Hypem – sia con la creazione di un profilo dell'azienda, sia gestendo i profili dei propri artisti. A questi strumenti le case discografiche attribuiscono diverse funzioni strategiche, in primis l'identificazione di nuovi canali attraverso cui posizionare l'offerta e fare promozione cercando di aumentare il proprio pubblico di riferimento. In alcuni casi l'adesione ai social network è ritenuta indispensabile perché considerati ottimi link capaci di reindirizzare gli utenti ai siti delle case discografiche o degli artisti. D'altro canto la gestione attenta delle pagine degli artisti ha lo scopo di sviluppare una community, di proporre e condividere stili di vita ri-

creando, seppur in forma virtuale, l'attività dei fan club, ovvero il supporto emotivo e la promozione degli artisti attraverso il passaparola.

SETTORE RADIOFONICO

In Italia vi è un numero elevato di emittenti radiofoniche (se ne stimano circa 1.200), di cui però solo poco più di una decina a copertura nazionale. Le radio italiane sono infatti principalmente emittenti locali con una diffusione regionale, provinciale e in molti casi limitata al bacino di una sola città⁴.

Il panorama dell'emittenza radiofonica piemontese non si discosta da quello nazionale: è caratterizzato, infatti, dalla presenza di diverse realtà medio-piccole, che creano un tessuto abbastanza vivace, ma risente della mancanza di un'emittente che abbia copertura nazionale o di radio con sede in regione che siano capofila di network di rilevanza nazionale. La radio piemontese è quindi una radio locale, con una copertura principalmente pluri-provinciale, basata su una struttura organizzativa molto snella⁵.

Il comparto non evidenzia particolari cambiamenti rispetto agli anni precedenti e conferma le difficoltà di ingresso nel mercato per i soggetti nuovi e, per quelli già attivi, di implementare il proprio bacino d'utenza.

L'Osservatorio ha censito – partendo dai dati Corecom – circa 80 emittenti, di cui 13 di natura comunitaria. Di queste, solo una piccola parte appartiene a un gruppo editoriale, mentre è più diffusa l'adesio-

ne ad altre forme di partnership territoriale o a *syndication*. Nella maggioranza dei casi si tratta comunque di emittenti indipendenti che gestiscono la loro programmazione in completa autonomia. Il giro d'affari complessivo del settore per il 2007 è stimabile intorno a 12 milioni di euro⁶, con una concentrazione maggiore dei soggetti nella classe di fatturato compresa tra i 50.000 e i 200.000 euro.

Uno degli elementi caratterizzanti le emittenti locali è l'informazione, in particolare quella relativa al territorio di riferimento. Secondo la legge Mammi (n. 223 del 6 agosto 1990), infatti, le emittenti locali sono tenute a dedicare il 20% della programmazione settimanale all'informazione locale o a programmi relativi alla realtà locale che non abbiano carattere commerciale (percentuale che sale al 50% per le concessioni comunitarie). Pur rappresentando un costo non indifferente per le professionalità richieste e per le strutture necessarie, si tratta di una tipologia di contenuto che può essere veicolato con diversi format (radiogiornali, rassegna stampa, dibattiti in diretta, dialoghi con gli ascoltatori, cronache in diretta) e uno strumento strategico forte per affermare la propria scelta identitaria. Molte emittenti decidono di dar vita a consorzi o di acquistare da agenzie radiofoniche programmi di informazione regionale, nazionale e internazionale, anche in virtù dei costi e delle agevolazioni che la legge⁷ prevede in questo ambito, ma producono internamente spazi di approfondimento sull'informazione culturale, sportiva e di cronaca in ambito locale, sfruttando talvolta sinergie e scambi con l'editoria periodica locale.

⁴ La radio locale è un tipo di emittenza che ha avuto origine negli anni settanta con la nascita delle radio libere, con uno stampo per lo più politicizzato, e che si è strutturata pian piano come industria a sé, dando vita a un modello di base svincolato dalle connotazioni ideologiche iniziali. Le radio locali trovano la propria missione nell'essere espressione di un territorio, nel loro diventare punti di incontro, nodi di una rete molto fitta di rapporti e relazioni.

⁵ Con un nucleo centrale di circa tre addetti, attorno al quale ruota un numero più cospicuo di collaboratori di varia natura (speaker occasionali, giornalisti, pubblicisti, addetti stampa).

⁶ I dati indicano un incremento rispetto all'anno precedente del 49%; tuttavia, parte delle differenze tra gli anni sono da attribuirsi alla messa a punto della metodologia di rilevamento e ai criteri di stima da parte dell'Osservatorio.

⁷ Per stimolare la presenza di informazione locale nelle emittenti la "Legge dell'editoria" (legge n. 62 del 7 marzo 2001) ha previsto, per quelle radio locali – commerciali o comunitarie – che facciano durante la giornata dalle ore 7.00 alle 20.00 il 15% di programmi informativi, il rimborso dell'80% dei costi sostenuti per abbonarsi a due agenzie di stampa radiofonica.

Per quanto riguarda invece le altre tipologie di contenuti emerge una sostanziale spaccatura tra le emittenti che hanno scelto di seguire i format dei grandi network nazionali – puntando su una programmazione fortemente commerciale e quasi totalmente incentrata sulla messa in onda di *playlist* musicali – e quelle che hanno deciso di assolvere a una funzione di servizio e di informazione, grazie alla radicata presenza sul territorio. Rientrano nel primo caso quelle radio che offrono una programmazione quasi esclusivamente incentrata sulla trasmissione di determinati generi musicali, con un palinsesto poco differenziato e una scarsa varietà di format proposti. Le seconde hanno invece scelto di offrire una programmazione più differenziata, coltivando rapporti con gli operatori culturali e sociali attivi nel contesto locale per trarne energie creative e nuovi contenuti da proporre al pubblico. Sul piano operativo, la definizione dei palinsesti differenziata in base ai giorni della settimana e alle diverse fasce orarie rivela una buona conoscenza della propria audience. Tale strategia, inoltre, è funzionale a rendere la programmazione facilmente riconoscibile agli ascoltatori.

Tuttavia, al di là delle differenze, è possibile individuare alcune caratteristiche condivise dal comparto radiofonico a livello regionale. In primo luogo la tendenza più diffusa è quella di bilanciare l'intrattenimento⁸ con l'informazione, lasciando alla pubblicità lo spazio consentito per legge. D'altro canto la pianificazione della messa in onda dei programmi nell'arco della giornata va da una programmazione soft, di accompagnamento, di sottofondo durante il giorno – nei momenti in cui la radio viene ascoltata viaggiando in macchina, all'interno di centri commerciali o spazi pubblici – a una più complessa, articolata e di appro-

fondimento nelle ore serali, in cui il rapporto con l'ascoltatore si fa più coinvolgente e interattivo.

Diversi soggetti, accanto all'attività principale di produzione e trasmissione radiofonica, offrono anche altri servizi legati principalmente alla fornitura di *speaker* e alla realizzazione di eventi sul territorio (sia come consulenti sia come organizzatori veri e propri). In alcuni casi si sono create sinergie con emittenti televisive locali per le quali gli operatori radiofonici si occupano della realizzazione di format principalmente di contenuto musicale. Per le emittenti che hanno un forte radicamento nel territorio giocano un ruolo fondamentale le collaborazioni con associazioni e operatori culturali locali, con cui vengono sviluppati progetti comuni⁹. Meno diffuse, salvo pochi casi, sono invece le relazioni con le case discografiche regionali: i contatti con il settore della produzione e distribuzione musicale sono rivolti principalmente alle major – che hanno sede fuori regione – e si limitano all'acquisizione e divulgazione del prodotto musicale.

Tutti gli operatori riconoscono le difficoltà contingenti che interessano l'economia su scala globale e che si riflettono nella loro attività con una discreta riduzione della richiesta di spazi pubblicitari a partire dalla fine del 2008. Nonostante ciò vanno però rilevati casi in controtendenza che affermano di aver registrato un aumento della richiesta pubblicitaria a cavallo tra il 2008 e il 2009. Questo elemento si riscontra principalmente in quelle emittenti che hanno fatto del radicamento sul territorio il loro punto di forza e che hanno scelto di occuparsi in modo autonomo della ricerca pubblicitaria, senza affidarsi ad agenzie specializzate.

Osservando il comparto dell'emittenza piemontese – ad eccezione delle radio comunitarie¹⁰ – emergono due orientamenti distinti. Da un lato le emittenti con

⁸ Sotto la voce intrattenimento rientrano sia i format musicali sia programmi più interattivi in cui il ruolo e la voce dello speaker acquista più peso nel confronto con gli ascoltatori e nei quali il confine con il programma di servizio diviene più labile.

⁹ Oltre il 38% delle emittenti ha infatti dichiarato di aver instaurato rapporti di collaborazione con realtà legate alla produzione culturale.

¹⁰ Le radio comunitarie, essendo realtà non profit collegate ad associazioni, sono espressione di interessi specifici del gruppo di riferimento, principalmente di carattere religioso, e hanno di conseguenza logiche d'azione differenti dalle altre tipologie di radio.

una programmazione “a nastro”, che seguono le *playlist* musicali e le tendenze promosse dai network nazionali, vivono in costante competizione con i grandi circuiti e risentono pesantemente delle difficoltà legate alla crisi economica contingente, faticando a trovare acquirenti per gli spazi pubblicitari. All'estremo opposto le piccole realtà di servizio, mosse dall'idea che la radio debba essere presente sul territorio come voce della comunità e come promotrice di iniziative, mostrano segnali di maggior dinamismo e vivacità. Le difficoltà economiche che toccano buona parte delle emittenti limitano anche l'inserimento di professionalità specifiche, sia per l'uso delle nuove tecnologie di trasmissione e messa in onda, sia per l'ideazione e la scrittura dei programmi.

Per quanto riguarda, infine, le modalità di utilizzo e diffusione del mezzo radiofonico, il settore riesce attualmente a sfruttare a proprio vantaggio i canali di Internet e della telefonia mobile, ma è ancora poco chiaro lo scenario che si prefigurerà con la convergenza al digitale che, come per l'emittenza televisiva, interesserà il futuro delle radio nel prossimo periodo.

SETTORE TELEVISIVO

La maggior parte delle emittenti televisive piemontesi è nata nella seconda metà degli anni settanta, sulla scia dell'esperienza di Telebiella, prima tv locale privata in Italia, fondata nel 1976.

Ad oggi il comparto, nel complesso, si presenta scarsamente strutturato e in condizioni di stagnazione: nonostante l'imminente passaggio alla piattaforma digitale, non si registrano rispetto all'anno precedente cambiamenti significativi all'interno del settore,

né per quanto concerne i soggetti attivi né per la definizione di nuovi palinsesti. Ciò è da ricondurre sia a una sorta di immobilismo diffuso nel settore, sia a barriere all'ingresso che ostacolano la costituzione di nuove aziende, sia, ancora, all'incertezza legata allo sviluppo e all'investimento tecnologico/professionale di lungo periodo. Va ricordato che il panorama normativo poco chiaro, con il più volte rimandato passaggio al digitale, ha frenato in passato gli operatori a prendere posizioni nette. Ora che la conversione al digitale è arrivata alla sua definizione più completa¹¹, obiettivo delle emittenti locali sarà quello di riuscire a ritagliarsi uno spazio in un panorama in cui l'offerta diviene sempre più frastagliata e ricca. Risulta difficile, al momento, delineare possibili scenari sull'evoluzione del settore in seguito all'introduzione del digitale terrestre; tuttavia, si iniziano a intravedere i futuri vantaggi competitivi: l'aumento di programmi, una qualità superiore sia dell'immagine sia del suono, la possibilità di dar vita a forme di interattività con gli utenti.

Sul territorio regionale sono presenti 29 emittenti televisive¹². Si tratta quasi esclusivamente di tv commerciali (solo una è infatti un'emittente comunitaria), in minima parte legate a gruppi editoriali, ma caratterizzate da altre forme di partnership territoriale che portano alla condivisione di parte della programmazione e a collaborazioni di vario genere con altre tv, anche al di fuori del contesto regionale. In generale, il comparto dell'emittenza televisiva piemontese si presenta caratterizzato da un ristretto numero di reti di piccole-medie dimensioni e dall'assenza di un *broadcaster* forte e competitivo a livello nazionale, capace di trainare il settore in dinamiche più articolate, strutturate e anche economicamente rilevanti¹³.

¹¹ La prima fase del passaggio al digitale terrestre per le tv in Piemonte, fissata per il 20 maggio 2009 e chiamata *switch over*, ha visto il passaggio sulla piattaforma di Rai 2 e Rete 4 nelle Province di Torino e Cuneo, mentre la seconda fase, tra il 24 settembre e il 9 ottobre, porterà allo *switch off* definitivo con il conseguente trasferimento sul digitale di tutti i canali trasmessi, comprese le emittenti locali.

¹² A livello nazionale si contano 584 emittenti locali attive (fonte: Corecom).

¹³ Ricordiamo che la produzione di Rai 3 regionale e in generale della Rai – attiva sul territorio piemontese per alcuni programmi destinati ai bambini – non viene monitorata dall'Osservatorio Culturale del Piemonte.

Il giro d'affari complessivo per il 2007 è stimabile attorno ai 39 milioni di euro¹⁴ e la maggior parte (il 48% circa) dei soggetti monitorati registra un fatturato inferiore a 800.000 euro.

Oltre il 60% delle tv piemontesi presenta un palinsesto discretamente variegato nella propria offerta, in cui trovano spazio programmi dedicati all'intrattenimento¹⁵ e all'informazione di stampo locale, riconosciuta come uno dei fattori chiave della programmazione. Analogamente a quanto riscontrato nel settore dell'emittenza radiofonica, il radicamento sul territorio parrebbe giocare un ruolo chiave nel definire l'identità delle televisioni, se non addirittura l'elemento di forza sui cui puntare per aumentare l'audience, in virtù della capacità di dare voce in modo tempestivo e approfondito alle realtà locali. L'aderenza al territorio viene riconosciuta come una delle caratteristiche più importanti e positive delle emittenti locali, che vanno a soddisfare esigenze di conoscenza e informazione cui non può dare risposta adeguata il servizio pubblico e privato nazionale.

Nonostante nel complesso le televisioni piemontesi risultino essere generaliste per ciò che concerne la programmazione (unica eccezione è una tv dedicata esclusivamente ad auto e moto), viene dedicato molto spazio all'informazione¹⁶ e alle associazioni di cittadini presenti sul territorio. La loro partecipazione, così come quella delle associazioni di volontariato o di settore, è particolarmente diffusa nei programmi d'approfondimento dove, in taluni casi, vengono creati contenitori ad hoc in cui il pubblico ha un ruolo attivo nel programma.

In riferimento alla realizzazione dei prodotti televisivi, il 39% circa delle emittenti produce più della metà dei propri programmi (solo due emittenti producono

oltre il 70%), mentre il 22% circa ne autoproduce meno di un terzo, prediligendo l'acquisizione degli stessi da circuiti o dal gruppo editoriale di appartenenza.

Un'analisi generale del settore televisivo non può prescindere dalla valutazione dell'implementazione del digitale e delle sue conseguenze sul sistema. Per le tv locali questa conversione è caratterizzata da forti investimenti in molti casi difficili da sostenere, per quanto siano stati stanziati contributi pubblici pari a 5,5 milioni di euro nel 2006 in Piemonte (indicativamente con un'incidenza del 30% sulle spese sostenute). Nonostante ciò, la quasi totalità dei soggetti pare vivere ancora una situazione di difficoltà e di incertezza sui possibili scenari futuri.

La valutazione degli operatori sullo *switch off* è piuttosto controversa. Benché il passaggio definitivo sia previsto per la fine del 2009, il punto maggiormente critico che viene sollevato riguarda l'ingente investimento economico richiesto dal passaggio al digitale, ossia costi molto elevati per realtà medio piccole che non hanno a disposizione grandi flussi economici. Oltre a ciò, alcuni aspetti ancora poco chiari della normativa generano ulteriore confusione. Uno dei punti di valutazione per gli operatori riguarda la distinzione introdotta dalla legge n. 66/2001 tra la figura di "operatore di rete" e quella di "fornitore di contenuti", successivamente sviluppata nella delibera dell'Autorità 435/01/CONS. Secondo il dettato legislativo l'operatore di rete è "il soggetto titolare del diritto di installazione, esercizio e fornitura di una rete di comunicazioni elettroniche e di impianti di messa in onda, moltiplicazione, distribuzione e diffusione e delle risorse frequenziali che consentono la trasmissione agli utenti dei blocchi di diffusione". Viceversa il "forni-

¹⁴ Il comparto dell'emittenza televisiva, dal punto di vista del dimensionamento economico, risulta complesso da definire a causa della difficoltà di recuperare dati economici precisi anche in riferimento allo scenario nazionale.

¹⁵ Nel 2008 Corecom Piemonte in collaborazione con l'Osservatorio Media Research di Pavia ha realizzato un'indagine dal titolo *La buona tv in Piemonte. Indagine svolta sui palinsesti di 20 emittenti locali piemontesi*, nella quale sono state analizzate nel dettaglio le programmazioni proposte dalle diverse emittenti.

¹⁶ A riguardo va segnalato un progetto sviluppato nel 2007 partendo da un accordo tra Regione Piemonte e il Consorzio Tv (a cui hanno aderito 15 emittenti locali) per la realizzazione di un tg regionale quotidiano, alternativo a quello Rai, e di una serie di approfondimenti settimanali.

tore di contenuti” è “il soggetto che ha la responsabilità editoriale nella predisposizione dei programmi destinati alla radiodiffusione televisiva e sonora”.

L'evoluzione rispetto al sistema della tv analogica, in cui gli operatori svolgono un ampio ventaglio di attività (gestiscono la rete di trasmissione, si occupano della creazione di contenuti, curano la vendita di spazi pubblicitari, ecc.), consiste nel fatto che nel contesto digitale gli operatori sono tenuti a specializzarsi o nella gestione della rete trasmissiva o nella creazione dei contenuti.

La separazione e definizione di queste due figure sta suscitando un dibattito all'interno del comparto dell'emittenza televisiva locale: alcuni soggetti si domandano se sia più conveniente trasformarsi in operatori di contenuti (concentrandosi sulla produzione ma rinunciando alla gestione delle frequenze) o rimanere legati alla gestione delle frequenze (elemento che è stato fino ad oggi il vero valore economico delle emittenti), perdendo però il contatto con le scelte editoriali. Una delle ipotesi su cui alcuni operatori stanno lavorando è quella di far rientrare più emittenti in un unico consorzio che si presenti come operatore di rete (il quale può gestire un massimo di sei canali) e di proseguire la propria attività editoriale puntando unicamente sulla produzione di contenuti. Si tratta tuttavia di un'idea appena abbozzata in quanto, nonostante sia già in corso d'opera il passaggio definitivo al TDT¹⁷, il contesto di riferimento non presenta ancora confini definiti.

Accanto ai possibili vantaggi legati alla nuova tecnologia, permangono forti perplessità connesse non solo ai costi ma anche ad altre considerazioni: nonostante i dati disponibili diano riscontri decisamente positivi¹⁸,

risulta ancora poco chiaro quanto si stia diffondendo il decoder digitale tra gli utenti, in particolare nei piccoli Comuni non ancora raggiunti dal segnale e tra la popolazione anziana, tendenzialmente poco incline al confronto con le nuove tecnologie, che rappresenta però uno dei target di riferimento di molte emittenti. In questo scenario, le emittenti locali possono forse ritagliarsi uno spazio, in un contesto così articolato e complesso, puntando sulla possibilità di farsi strumento di comunicazione tra istituzioni, territorio e cittadini. In quest'ottica la sfida per l'emittenza locale regionale sembra incentrata nelle modalità con cui trarre vantaggio dal potenziale interattivo del nuovo supporto; in questo quadro diviene, quindi, ancora più cruciale educare il pubblico al nuovo mezzo e trovare format nuovi per aumentare il bacino di riferimento¹⁹.

SETTORE EDITORIALE

EDITORIA LIBRARIA

Il comparto della produzione libraria ha raggiunto, a livello nazionale, un ulteriore consolidamento nel corso del 2007, con la pubblicazione di 61.440 titoli²⁰ (di cui il 62% novità) e di 268 milioni di copie distribuite. Il fatturato complessivo del settore ruota attorno ai 3,7 miliardi di euro, con un incremento dello 0,9% rispetto al 2006.

In questo panorama di riferimento il Piemonte si conferma secondo polo produttivo nazionale – preceduto dalla Lombardia – in virtù di una tradizione e di una filiera consolidata nel corso degli anni. Come

¹⁷ TDT, acronimo per Tv Digitale Terrestre.

¹⁸ Stando ai dati raccolti dalla società di ricerca Makno nel febbraio 2009, sono 8.111.000 le famiglie in possesso del TDT (2,7 milioni in più rispetto all'anno precedente) e gli ascolti rappresentano circa il 10,8% dei consumi totali di tv (fonte: www.dgtvi.it).

¹⁹ È anche per far fronte a questa esigenza che è nata una società consortile a responsabilità limitata, il Consorzio Piemonte TDT, che riunisce 25 emittenti e che ha per oggetto la promozione del digitale terrestre e la sensibilizzazione della popolazione alla nuova tecnologia a partire dalle Province di Torino e Cuneo.

²⁰ Fonte: Associazione Italiana Editori, *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2008*. Milano: Ediser, 2008 (Quaderni del "Giornale della Libreria", n. 18-19).

riflesso del comparto a livello nazionale, l'editoria piemontese si manifesta articolata e diversificata, andando a riunire, al proprio interno, editori di libri, di periodici, di supporti audiovisivi e multimediali. L'editoria regionale è altresì caratterizzata dalla presenza – accanto ad un gruppo di marchi editoriali storici e molto significativi sul mercato – di una varietà di case editrici di medie dimensioni, interessate dai processi di concentrazione a livello societario ma autonome nelle linee editoriali, che sono state in grado di trovare un proprio posizionamento nel contesto nazionale e internazionale; oltre a queste si annovera un numero consistente di "editori locali", promotori di contenuti e percorsi legati ai territori d'origine, ma anche capaci di aprirsi a tematiche di più ampio respiro.

Di questo universo composito l'Osservatorio ha monitorato l'andamento e la produzione di 223 soggetti che si occupano di editoria libraria principalmente distribuiti nell'area metropolitana di Torino, in cui si registra un'elevata presenza di imprese di servizi e più in generale delle attività connesse alla filiera editoriale nella sua totalità. La dimensione economica complessiva dei soggetti considerati è stimabile attorno agli 892 milioni di euro, in aumento dello 0,2% rispetto al 2006. Il dato pare confermare una certa stabilità che caratterizza il settore, nonostante la crisi denunciata da alcuni grandi gruppi editoriali che registrano un andamento negativo nel corso degli ultimi tre anni. Una performance decisamente più positiva sembra invece interessare maggiormente le aziende di medie dimensioni²¹ per le quali si segnala un significativo incremento del giro d'affari rispetto al 2006. Le dinamiche relative all'occupazione risultano divergenti rispetto ai dati economici, registrando una contrazione del 3,4% nel numero di addetti stabili. Questo calo può esse-

re ricondotto principalmente ai processi di ristrutturazione e riorganizzazione che si stanno verificando all'interno delle società e dei gruppi editoriali più grandi, mentre si evidenzia una buona stabilità, se non addirittura un andamento positivo, per le piccole realtà aziendali²². In particolare questo segmento di soggetti presenta un modello organizzativo basato su una struttura operativa snella e flessibile, di stampo artigianale, in cui l'editore si avvale di figure professionali specifiche, in termini di collaborazioni occasionali, per alcune fasi della produzione (traduzioni, editing, impaginazione, grafica, gestione dei diritti d'autore). L'editore "artigiano" tende a pubblicare quasi esclusivamente all'interno di una linea editoriale propria, frequentemente orientata a un mercato di nicchia e il più delle volte specializzata per tematismi, incentrata in particolar modo su narrativa, saggistica, storia locale, turismo e arte. Dal punto di vista produttivo, le piccole case editrici pubblicano un numero di novità annue contenuto (da un minimo di un titolo a un massimo indicativo di una decina) e rivolgono la loro attenzione principalmente alla qualità del prodotto, che viene vista come unica possibilità per competere sul mercato. L'obiettivo di consolidamento di una propria identità specifica spinge verso la selezione e l'investimento su nuovi autori. La piccola casa editrice tende infatti a pubblicare autori poco noti – pertanto ancora distanti dai circuiti delle grandi imprese editoriali – e in parte di provenienza locale, facendo anche leva sulla prossimità geografica, che pare capace di agevolare collaborazioni proficue.

Dal confronto con gli operatori si evince, inoltre, un marcato radicamento nel proprio territorio di riferimento che si traduce in diversi casi nella pubblicazione di testi su storia e cultura locale. Nonostante ciò, sono sensibilmente più rare le esperienze in cui tale

²¹ A livello di dimensionamento economico si collocano in una fascia di fatturato compresa tra 1 e 4 milioni di euro annui.

²² Fanno parte di questo segmento i soggetti con un fatturato annuo inferiore ai 100.000 euro. Tale segmento rappresenta il 60% dei soggetti considerati.

radicamento geografico conduce allo sviluppo di forme di collaborazione con enti territoriali e istituzioni operanti nell'area in cui la casa editrice ha sede. Quest'ultimo atteggiamento segna una discrepanza significativa rispetto a ciò che si verifica nella produzione editoriale periodica: se per quest'ultima la collaborazione con soggetti impegnati nella vita socioculturale e artistica del territorio risulta spesso intrinseca alla natura stessa dell'attività, nell'ambito dell'editoria libraria questo tipo di sinergia appare più contenuto e, in diversi casi, si limita al coinvolgimento di autori locali senza contemplare il confronto e lo sviluppo di progetti condivisi con istituzioni o associazioni.

La dimensione artigianale e individuale della maggioranza degli editori piemontesi pone in evidenza alcuni nodi critici, tra i quali, innanzitutto, la difficoltà a posizionarsi all'interno del mercato e a ritagliarsi uno spazio in un panorama di riferimento sempre più articolato. Infatti, sebbene il settore sia caratterizzato da basse barriere d'accesso, che consentono a nuovi soggetti di affacciarsi con una certa facilità al comparto, si evidenzia un alto tasso di natimortalità dovuto, appunto, alla difficoltà di rendere continuativa e stabile l'attività editoriale nel tempo. Va poi ricordato che la produzione libraria porta con sé una forte componente di rischio imprenditoriale che, soprattutto in momenti di congiuntura economica poco favorevole, può porre un freno ulteriore allo sviluppo e alla realizzazione di nuove iniziative. Se il problema centrale di tutto il comparto resta quello della distribuzione, i piccoli editori hanno maggiori difficoltà di accesso alle grandi librerie di catena e spesso una scarsa presenza nelle librerie tradizionali. Del resto, queste ultime vivono attualmente una fase di crisi acuta (legata allo sviluppo di nuovi competitor, in primis i centri commerciali, che seguono logiche di vendita differenti), che comporta un turn over sempre più accelerato delle proposte editoriali sugli scaffali.

Dalle interviste ai piccoli editori è emersa inoltre la carenza di strumenti che consentano loro di presentarsi sul mercato internazionale e in diversi casi anche di

uscire dagli stessi confini regionali; questo sia per i costi relativi alla traduzione delle opere in lingue straniere, sia per i citati problemi connessi alla distribuzione. Per ovviare a queste difficoltà, gli operatori del comparto editoriale si stanno muovendo al fine di individuare possibili soluzioni che, tuttavia, allo stato attuale non si presentano tanto come percorsi definiti quanto come ipotesi di strategie poco più che abbozzate. Tra queste, sono state poste in evidenza dagli editori la propensione alla collaborazione con altri piccoli editori per la pubblicazione di volumi – così da convogliare le energie verso una direzione condivisa e suddividere le relative spese da sostenere – e la continua ricerca di nuovi canali di distribuzione. L'identificazione di vie alternative per la vendita e di vetrine per divulgare la propria produzione ha trovato una prima traduzione nell'uso più ampio del web (per la vendita, la pubblicità, la presentazione e la diffusione del proprio catalogo), che permette di raggiungere facilmente possibili pubblici di appassionati a prescindere dalla loro localizzazione geografica, e nella partecipazione a fiere dedicate alla piccola editoria realizzate sia in territorio regionale sia nelle regioni limitrofe.

Sembra quindi giocare un ruolo fondamentale, per le piccole realtà, la rete di rapporti informali che lega, seppur debolmente, i soggetti coinvolti all'interno della produzione editoriale. Sia nell'ipotesi di progetti sviluppati in partnership con altre realtà del settore, sia nella gestione collettiva degli spazi espositivi alle fiere, sia nella capacità di sfruttare conoscenze personali dislocate in differenti aree geografiche (per la divulgazione delle proprie opere, per eventuali traduzioni) la "rete amicale" si conferma come una risorsa strategica eccellente per ovviare alle carenze finanziarie e organizzative dei piccoli nuclei operativi.

EDITORIA PERIODICA

Il censimento del comparto dell'editoria periodica piemontese ha coinvolto, per il 2007, 140 soggetti che

hanno pubblicato un totale complessivo di 588 testate²³. Dal punto di vista economico, il fatturato complessivo del gruppo considerato è stimabile attorno a 800 milioni di euro. Di questi, però, più del 79% è riconducibile a editori che si occupano non solo di periodica, ma anche di produzione libraria e un terzo circa ai due gruppi editoriali più forti presenti in Piemonte. Le realtà che identificano la loro *core activity* unicamente nell'editoria periodica, e che rappresentano poco più del 54% dell'universo di riferimento, detengono il 20% circa del fatturato complessivo stimato nel 2007. Rispetto all'anno precedente si registra una sostanziale stabilità, anche se sono già presenti segnali che prefigurano uno scenario sensibilmente più critico a partire dal secondo semestre 2008, come confermato anche a livello nazionale dall'andamento fortemente negativo del mercato degli spazi pubblicitari.

Per ciò che concerne l'occupazione, si stimano circa 2.600 addetti stabili per le realtà oggetto di studio, ma di questi solo il 30% sono impiegati all'interno di case editrici di soli periodici. Va ricordato che il dato relativo alle risorse umane dà un'indicazione solo parziale degli occupati nel settore, in quanto non contempla tutto il gruppo di collaboratori e operatori free-lance che stanno alla base delle realtà giornalistiche. Infatti, ancor più che nell'editoria libraria, è coinvolto in questo tipo di produzione un numero molto elevato di soggetti che collaborano con le testate anche per brevissimi periodi sia in base alle competenze specifiche richieste (soprattutto per i soggetti più strutturati) sia in virtù della grande adesione di volontari ai progetti editoriali dei soggetti più piccoli.

In riferimento alla produzione, si rileva che solo un ristretto gruppo di soggetti pubblica più di cinque testate, mentre la maggioranza pubblica un unico tito-

lo. Anche per la tiratura si registrano valori piuttosto contenuti, con un numero medio di 13.000²⁴ copie e con solo il 20% delle testate con più di 100.000 copie distribuite. Per ciò che concerne la periodicità, si registra una più diffusa circolazione di mensili e bimestrali ai quali seguono, con percentuali più modeste, i periodici con distribuzione settimanale.

Dall'analisi delle tipologie di testate pubblicate emerge un settore molto frammentato e variegato per tematiche proposte. Nonostante ciò, è possibile indicare come settori di produzione più diffusi quelli legati alla pubblicazione specialistica e quelli riconducibili all'informazione. Considerando le testate censite si riscontra che poco più del 18% affronta temi legati all'informazione, anche di stampo locale, e che una quota significativa di pubblicazioni (il 12% circa) è legata all'ambito della medicina – correlata alla lunga tradizione medico-scientifica propria dell'editoria regionale – e della letteratura (il 5,6%), anche in virtù della presenza del polo universitario umanistico e di un nutrito gruppo di circoli e di associazioni letterarie attive in Piemonte. In sintesi, è possibile individuare due percorsi editoriali preferenziali: il primo diretto a un pubblico di nicchia e incentrato su pubblicazioni specializzate, il secondo rivolto a un mercato locale e focalizzato su informazioni dedicate al territorio.

Per ciò che attiene alla distribuzione, si individuano canali strettamente correlati al mercato di riferimento e alla natura dei soggetti promotori dell'attività editoriale. Le testate di carattere scientifico, o comunque tematizzate per argomento, prediligono come canale distributivo l'abbonamento postale a cui segue, solo in rari casi, la vendita in edicola o libreria. Questa tipologia di pubblicazioni si rivolge a un mercato che prescinde dalla prossimità geografica e che si fonda sulla specificità degli interessi. Dovendo però

²³ Durante il monitoraggio, il campo di rilevazione considerato è stato limitato a quei soggetti che pubblicano periodici a distribuzione diffusa, escludendo pertanto la ricca produzione editoriale a distribuzione circoscritta riferibile a bollettini religiosi, *house organ*, bollettini di associazioni, notiziari di enti pubblici, sindacali, di partito e vescovili.

²⁴ Se si escludono dal conteggio i dati relativi alle due grandi case editrici operanti sul territorio, l'indicazione media scende a 7.000 copie per soggetto.

confrontarsi, a livello produttivo, con disponibilità economiche in molti casi contenute, queste testate trovano nella formula dell'abbonamento un buon equilibrio. Viceversa, i periodici di informazione, rivolgendosi a un mercato quasi esclusivamente locale, prediligono la distribuzione nelle edicole e solo in seconda battuta scelgono l'abbonamento.

Dal confronto con gli operatori sono emersi alcuni elementi peculiari: innanzitutto, indipendentemente dalla tipologia del prodotto, risulta sempre più consolidata la presenza sia delle case editrici sia, soprattutto, delle singole testate sul web. L'interfaccia digitale viene utilizzata a due livelli: un primo, connesso alla distribuzione, che vede nella pubblicazione on-line di un'anteprima della testata uno strumento di *audience development* capace di invogliare all'acquisto del periodico completo tramite abbonamento; un secondo livello in cui viene proposta direttamente una versione on line della testata liberamente consultabile. In questo caso la variante digitale "accompagna" quella su supporto cartaceo, ma punta meno sugli approfondimenti e più sulla grafica, riportando immagini che avrebbero un costo elevato nella versione stampata, e su documenti audio-video ²⁵.

Un altro elemento che caratterizza la produzione editoriale periodica è il marcato radicamento nel territorio, che si traduce nella realizzazione di pubblicazioni afferenti ad aspetti culturali attuali e storici della realtà regionale, nel coinvolgimento di autori e studiosi locali per la divulgazione di contenuti scientifico-letterari e soprattutto nella molteplicità di testate dedicate all'informazione locale. È proprio alla dimensione territoriale che buona parte delle testate fa riferimento, coinvolgendo nella redazione soggetti impegnati a vario titolo nella vita culturale, politica e sociale del territorio (associazioni, enti territoriali, circoli, operatori culturali) ma anche studiosi, ricercatori e accademici.

Una parte significativa dei contenuti veicolati e della produzione stessa dell'editoria periodica piemontese poggia su una rete di rapporti molto fitta, capace di partire dalla semplice condivisione di interessi per creare collaborazioni significative.

SETTORE AUDIOVISIVO

Il censimento dei produttori di audiovisivi in Piemonte per l'anno 2007 ha coinvolto 66 soggetti, intervistati sulle tematiche inerenti l'andamento generale del settore e nello specifico il loro ambito di attività. Esaminando i dati relativi a fatturati e addetti nell'anno considerato, si rileva una lieve crescita di tutto il settore rispetto a quanto registrato per l'anno 2006, elemento che conferma la vivacità di questo settore in progressivo sviluppo nell'ultimo decennio. Si tratta di un risultato da leggere ancor più positivamente se lo si mette in relazione con il considerevole incremento del numero di commesse legate alle attività di promozione e comunicazione delle Olimpiadi Invernali di Torino 2006.

A tale riguardo alcuni degli operatori rilevano che se nel 2007 il giro d'affari annuo non è diminuito, il numero di progetti in cui sono stati impegnati è aumentato ma non in modo proporzionale al fatturato; elemento questo che fa supporre una riduzione della dimensione media dei singoli progetti.

Nei soggetti analizzati si evidenziano, inoltre, due diverse tendenze relative alle strategie aziendali, che hanno conseguenze dirette sui risultati riportati dalle aziende. Una parte di imprese ha scelto di specializzarsi in un unico genere, puntando a una maggiore definizione dell'identità aziendale e all'aumento della qualità, caratteri ben riconoscibili anche sul piano stilistico, compensando la contrazione dei mercati con

²⁵ Non sono inoltre da sottovalutare le potenzialità del web 2.0, grazie alle quali si stanno sviluppando forme di partecipazione e interazione con i lettori. Particolare attenzione viene prestata ai blog (in alcuni casi ritenuti alla pari di reportage giornalistici) con i quali la redazione può dar vita a un confronto diretto con i propri lettori.

lo sviluppo di nuovi progetti sviluppati su iniziativa propria. In questi casi si riscontra una sostanziale stabilità, e in alcuni casi un incremento dei fatturati, con risultati particolarmente soddisfacenti per coloro che hanno investito nella ricerca e nell'approfondimento di tecniche, nelle modalità distributive, nella formazione e nella ricerca di professionalità sempre più specifiche e specializzate volte al perfezionamento dei propri prodotti. Altri, invece, in genere realtà meno strutturate e meno consolidate, hanno preferito diversificare le proprie attività, per poter proporre alla committenza una vasta gamma di servizi e di prodotti; sono questi, per lo più, i casi in cui si registra una perdita di quote di mercato.

La contrazione di risorse sembra incidere anche sulle necessità legate ai profili professionali: da un lato, in un'ottica di ottimizzazione, cresce l'esigenza di personale con competenze interdisciplinari in grado di assolvere da solo a più funzioni, dall'altro, le figure capaci di svolgere attività di tipo burocratico-amministrativo e i *fundraiser* rivestono un ruolo strategico in contingenze economiche sfavorevoli.

Anche nel 2007 si registra un significativo incremento nel numero delle nuove aziende audiovisive – si tratta per lo più di imprese individuali o di piccole realtà²⁶ – la cui futura longevità sembra essere strettamente connessa alla capacità di individuare le oscillazioni del mercato, sia pur senza assecondare in toto le mode riguardanti formati e contenuti, e alla capacità di costruire una modalità operativa estremamente flessibile e attenta alle fluttuazioni dello specifico contesto di riferimento.

Tale fenomeno è anche indotto e favorito, da un lato, da un'offerta formativa ricchissima, se non sovrabbondante, che difficilmente il mercato riesce ad assorbire e che privilegia la formazione di figure creative e autoriali piuttosto che puntare su professionalità

interdisciplinari e manageriali senz'altro più richieste dai produttori, dall'altro dal basso costo di attrezzature e tecnologie che agevola l'investimento iniziale di quanti non riescono a inserirsi nelle realtà produttive già esistenti.

Se si osservano i prodotti, invece, si nota come vi sia da parte delle aziende un impegno alla realizzazione di quasi tutti i generi riguardanti l'audiovisivo: l'animazione, il documentario, il lungometraggio, la fiction e la soap, il video aziendale o istituzionale, gli spot pubblicitari – formato che non di rado viene fornito ai committenti come prodotto facente parte di una più ampia gamma di servizi di comunicazione e promozione –, le produzioni televisive e una serie di prodotti che si collocano a cavallo tra l'editoria, il web design, la produzione audiovisiva tout court, il sound design e la comunicazione, categoria che per semplicità definiamo *cross-border*, proprio per questa sua caratteristica di sviluppare prodotti, di mutuare tecniche, supporti e competenze da ambiti differenti caratterizzati da confini sempre più permeabili e virtuali.

Tutto ciò configura un comparto dalla natura multiforme e molto articolata che obbliga a distinguere sulla base di tipologie di generi prevalenti per individuare segmenti produttivi dotati di una loro omogeneità interna.

Come già rilevato negli anni precedenti, infatti, l'audiovisivo in Piemonte si identifica per lo più con il video d'animazione e con il documentario, mentre le produzioni televisive e cinematografiche sembrano avere rispettivamente un'impronta più lombarda e romana, se si eccettuano le soap e le fiction, prodotte per i maggiori *broadcaster* nazionali, che contano un numero di realtà produttive esigue, ma fatturati piuttosto consistenti e in crescita.

L'andamento del cinema d'animazione per il 2007 è positivo, grazie alla capacità dei produttori di dare nel

²⁶ Tali soggetti non sono stati inseriti nel censimento dell'Osservatorio Culturale del Piemonte per l'anno 2007, in quanto di nuova costituzione. Verranno considerati nei censimenti successivi.

breve periodo risposte efficaci alle necessità di maggiore visibilità sul piano nazionale e internazionale. *Sinergia e forti competenze imprenditoriali* sono le parole chiave di questo cambiamento²⁷.

Diverso ancora è il contesto dei produttori di contenuti per le emittenti televisive. Anche in questo caso, come per il cinema di animazione, non si registra la nascita di nuove realtà produttive. Le ragioni in parte coincidono con quelle che riguardano l'animazione:

- la necessità di maggiori capitali da investire nell'acquisto di attrezzature e tecnologie;
- la necessità di elevate competenze relazionali e manageriali;
- l'esigenza di costituire aziende che richiedono una molteplicità di profili professionali e di competenze tecniche molto specifiche;
- l'assenza di un *broadcaster* nazionale con sede in Piemonte in grado di assorbire una buona parte delle produzioni;
- un mercato stabilmente coperto sia a livello regionale sia a livello nazionale da realtà che hanno alle spalle esperienza pluriennale e rapporti consolidati con i *broadcaster*.

I produttori di contenuti per il mercato televisivo hanno visto un incremento del loro fatturato negli ultimi anni grazie alla dinamica di integrazione verticale, ormai largamente diffusa all'interno delle emittenti televisive, che consiste nel mantenere all'interno dell'impresa alcune delle attività ritenute a forte potenziale di sviluppo ed esternalizzando tutte le altre.

Più articolato risulta essere il panorama dei produttori che si occupano di documentario. Il fatturato complessivo del sub-settore è rimasto pressoché stabile

rispetto al 2005. Va evidenziato, comunque, che se da una parte proprio il documentario, così come il video istituzionale e aziendale, conta il maggiore numero di nuove realtà che si affacciano sul mercato, dall'altra, si rilevano in questo sub-settore alcune delle imprese più consolidate. Nonostante l'efficienza organizzativa di alcune case di produzione, il documentario ad oggi oscilla ancora sensibilmente tra una dimensione di tipo artigianale e una più imprenditoriale²⁸. Permane l'annosa criticità relativa alla distribuzione, anche se in questo senso i festival continuano a giocare un ruolo di prim'ordine; tuttavia, molti produttori hanno segnalato il loro impegno nella ricerca e nella sperimentazione di modalità e di canali innovativi attraverso il web.

Il video istituzionale e quello aziendale rappresentano senza dubbio il segmento più esposto agli andamenti generali del tessuto economico piemontese. Tuttavia, nel corso del censimento gli intervistati hanno sottolineato come per il 2007 la riduzione dei budget relativi alla comunicazione non abbia ancora avuto riscontri in termini di diminuzione delle commesse, precisando che tale dinamica sembra aver interessato maggiormente il secondo semestre del 2008. Anche i fatturati dei produttori di questo sub-settore infatti confermano questa impressione per il 2007, segnando un incremento rispetto agli anni precedenti piuttosto che una flessione.

Da un'analisi puntuale del settore emerge una netta distinzione tra i soggetti che va al di là delle connotazioni dimensionali delle imprese: ancora una volta si evidenzia come le realtà che hanno ottenuto i risultati più soddisfacenti, mantenendo una quota di mercato stabile – e in qualche caso in cresci-

²⁷ Nella primavera del 2007, infatti, è stato formalmente fondato il cluster "Torino Piemonte Animation" che si propone di riunire nella promozione le imprese specializzate nella realizzazione di cartoni animati e animazione digitale.

²⁸ "A fronteggiarsi non sono solo due modelli organizzativi, ma due concezioni "filosofiche" tout court: la prima è sinonimo di autorialità, in quanto l'atto creativo è prerogativa, se non del singolo (visto che la produzione audiovisiva è solo eccezionalmente un fatto individuale, e quasi sempre implica un'autorialità collettiva), di un numero ristretto di ruoli che incentrano su di loro le responsabilità dell'opera; la seconda è, viceversa, fondata sulla moltiplicazione dei ruoli, sulla frammentazione del processo decisionale (la "catena di montaggio" [...]), sulla brevità dei tempi di scrittura e di lavorazione, con l'obiettivo prioritario di ottimizzare al massimo le risorse disponibili, riducendo i costi". (MediaLab, *Tv job: le professionalità audiovisive in Lombardia*, 2006, disponibile in rete all'indirizzo: www.labmedia.it/05/ricerche.asp).

ta – abbiano saputo, come accennato poco sopra, investire sull'identità della propria azienda e sull'elevata qualità dei prodotti, oltre che su una rete di rapporti che va dal contesto locale al contesto internazionale.

Se nella Relazione dello scorso anno veniva sottolineata la necessità di maggiori investimenti da parte del tessuto economico locale nelle attività attinenti alla produzione audiovisiva, in grado di garantire il so-

stegno allo sviluppo progressivo delle realtà audiovisive regionali, l'attuale periodo di recessione non fa che allontanare il verificarsi di questa condizione. Ciononostante, l'intero comparto – con le dovute eccezioni segnalate in precedenza – essendo dotato di una notevole flessibilità e di una forte capacità di adattamento per meglio sostenere i periodi di crisi economica, sembra interessato solo marginalmente dalle contingenze odierne.

3.2 SPETTACOLO DAL VIVO

Nel 2007 il settore dello spettacolo dal vivo in Piemonte analizzato dall'OCP è costituito da circa 300 soggetti, molto diversi tra loro sia per ciò che concerne la proposta culturale, sia per la natura delle istituzioni (fondazioni di grandi dimensioni, cooperative, associazioni, ecc.). L'offerta culturale sul territorio regionale vede impegnato – accanto a realtà stabilizzate, guidate da professionisti del settore, di grandi e medie dimensioni e con una consolidata tradizione alle spalle – un numero elevato di soggetti che, pur non avendo nella produzione culturale la propria *core activity*, a vario titolo contribuisce ad arricchire il panorama. Tale diversificazione è il frutto dell'azione degli enti locali e delle fondazioni bancarie che, con il loro sostegno alla produzione e alla circuitazione degli spettacoli, hanno consentito un progressivo sviluppo del settore, sia attraverso l'incremento dell'offerta diffusa su tutto il territorio regionale, sia per mezzo del consolidamento di un gran numero di strutture produttive.

L'universo analizzato dall'OCP²⁹ è costituito dall'insieme dei soggetti che ricevono sostegno economico da parte degli enti pubblici e privati e da quelle organizzazioni che, pur avendo una vocazione commerciale, realizzano attività culturali oggetto di finanziamenti pubblici. I soggetti considerati hanno una dimensione economica, nel loro insieme, di 144 milioni di euro, quasi interamente concentrati in un numero limitato di istituzioni. Il settore analizzato comprende, infatti, a fianco di un numero ristretto di soggetti di grandi dimensioni, una larga presenza di piccole associazioni culturali, frequentemente caratterizzate da un forte radicamento nel territorio, nonché di Comuni ed enti territoriali che gestiscono internamente o affidano a

professionisti esterni la realizzazione di eventi e manifestazioni³⁰. La presenza diffusa di queste esperienze, in particolar modo nelle realtà di Provincia, rappresenta senza dubbio una ricchezza per il contesto culturale piemontese.

Lo scenario generale in regione, tuttavia, sta mutando anche a fronte di una progressiva riduzione dei fondi pubblici, solo di rado integrati dalla partecipazione dei privati, e di un ridimensionamento dei soggetti attivi nell'ambito dello spettacolo dal vivo. Quindi, gli operatori culturali da un lato avvertono l'esigenza di ripensare i modelli produttivi e organizzativi adottati sinora, anche in considerazione del livello di "artigianalità" delle strutture di piccole e medie dimensioni (in particolare i soggetti attivi in ambito di teatro di strada³¹ e di danza), dall'altro richiedono alle amministrazioni pubbliche (locali e centrali) di restituire al settore una posizione centrale nelle politiche culturali e di consentire agli organismi di medie e grandi dimensioni di pianificare la propria offerta in una prospettiva di medio-lungo periodo, indispensabile soprattutto per una programmazione artistica di livello nazionale e internazionale.

La fragilità di molte delle proposte artistiche locali e la difficoltà nel reperire le risorse economiche per supportare le attività sono le principali evidenze che emergono dal confronto con gli operatori culturali. In questo contesto si pone il problema del ruolo dell'ente pubblico e degli attori privati nel ripensare un settore particolarmente delicato, in quanto i soggetti coinvolti sono molteplici e le loro aspettative e finalità eterogenee. L'intero settore sta diventando sempre più complesso: aumenta la competizione tra differenti soggetti, causata dalla comparsa di nuovi *player* – centri commerciali e altri segmenti della filiera produttiva dell'industria dei contenuti³²; la normativa fiscale è

²⁹ Non vengono considerate le attività commerciali e le iniziative a sostegno totalmente privato.

³⁰ Per la composizione del settore vedi allegato statistico.

³¹ Tale settore non presenta infatti una normativa uniforme a livello nazionale ed europeo.

³² Si pensi alle radio, alle case discografiche e ai produttori discografici che organizzano eventi o concerti, ai locali di intrattenimento che promuovono artisti emergenti, o ai musei che animano i propri spazi con un'offerta di spettacolo dal vivo, ecc.

oggetto di continui aggiornamenti, spesso di ostacolo per gli operatori; cresce la necessità di maggiori capacità organizzative e manageriali. A tale proposito gli operatori culturali sottolineano come sia difficile ipotizzare un continuo ampliamento delle competenze dei singoli soggetti (è infatti poco credibile pensare che le realtà di piccole e medie dimensioni siano in grado di dotarsi di tutte le figure professionali specifiche per lavorare in maniera competitiva in un mercato che sempre più richiede competenze altamente specializzate), mentre risulta più funzionale condividere e mettere a sistema strumenti e conoscenze anche fortemente specializzate, che permettano di attivare economie di scala per affrontare in modo efficace i cambiamenti in atto e le sfide future. Quindi gli operatori dello spettacolo dal vivo sentono l'esigenza di migliorare il proprio *know-how* attraverso corsi di formazione che consentano di fortificare e approfondire la preparazione per raggiungere una sostenibilità nel medio periodo e accreditarsi, a seconda dei casi, a livello regionale o nazionale.

Se per i soggetti maggiormente strutturati il gap da colmare pare essere riconducibile all'acquisizione di competenze imprenditoriali, a una maggior condivisione di conoscenze in materia gestionale e di *fund raising* e alla necessità di coltivare legami con l'esterno, per le piccole realtà emerge una difficoltà di tipo logistico e organizzativo spesso correlata con una preparazione professionale solo abbozzata. Tali difficoltà si riscontrano sia negli enti locali sia nelle piccole associazioni. Per i primi – principalmente Comuni e Comunità Montane – la difficoltà principale risulta essere quella di interloquire e collaborare con istituzioni culturali o freelance per costruire percorsi, virtuosi e duraturi, al fine di fornire una proposta culturale che molto si avvicina all'animazione del territorio. In questi casi l'organizzazione e produzione di eventi deve rispondere a differenti obiettivi: in primo luogo offrire pro-

getti culturali alla popolazione residente che, in molte situazioni, non avrebbe accesso a questa forma di offerta; in secondo luogo utilizzare gli eventi culturali come sostegno per le politiche turistiche e come strumento di valorizzazione del territorio in senso più ampio. Per la categoria riferita alle associazioni – il 42% dei soggetti monitorati – la difficoltà principale pare essere quella di confermarsì nel tempo come soggetti attivi nel settore e non apparire come meteore passeggere legate unicamente a progetti spot. In questi casi, avendo un ruolo fondamentale per la realizzazione delle proposte il lavoro volontario, il rischio legato all'iniziativa si accompagna con la necessità di scegliere se tradurre la passione e l'intuizione iniziale in un percorso disciplinato e costante. Quindi si manifestano già a livello micro le difficoltà che interessano il settore dello spettacolo dal vivo nel suo complesso: la difficoltà di sviluppare la propria attività senza finanziamenti pubblici, l'incertezza costante relativa al reperimento dei fondi necessari alla realizzazione dei progetti, la scarsa propensione e dimestichezza a lavorare in rete sul territorio.

Di seguito si riportano due casi di studio esemplari di quanto sopra espresso. Nel caso delle Residenze Multidisciplinari si analizza il difficile rapporto tra amministrazione locale e operatore culturale nel trovare un punto di equilibrio sulle finalità dell'azione artistica; tale esperienza esemplifica, inoltre, come il problema della formazione non tocchi solo gli operatori culturali ma anche le amministrazioni pubbliche, che in taluni casi non comprendono a fondo le specificità del settore. L'altro caso è rappresentato dall'analisi di un segmento della produzione musicale piemontese, quello delle orchestre, cori ed ensemble, che si sta modificando grazie alla nascita di nuovi soggetti e al consolidamento progressivo di altri, e affronta il tema della stabilizzazione di strutture al momento leggere e in fase di affermazione.

LE RESIDENZE MULTIDISCIPLINARI

Poiché le Residenze³³ sono state pensate per riequilibrare l'offerta fortemente concentrata sul capoluogo regionale e diffondere la cultura teatrale sul resto del territorio, è di fondamentale importanza, in un'ottica di valutazione complessiva, esaminare la prospettiva delle singole amministrazioni coinvolte, in quanto aderenti alla convenzione e parte in causa nella gestione complessiva di ogni progetto di Residenza in accordo con le compagnie teatrali.

Secondo la prospettiva delle amministrazioni pubbliche³⁴, indipendentemente dalla vocazione della singola compagnia, l'attività di Residenza si realizza nel momento in cui è offerto un servizio a un territorio che ne senta l'esigenza, ovvero quando si risponde in modo adeguato alle richieste di una o più comunità. Tali risposte possono tradursi in una programmazione artistica dall'alto livello qualitativo, oppure in spettacoli, eventi e laboratori che sappiano creare un coinvolgimento simpatico ed emotivo nel pubblico, o meglio nei tanti pubblici. Infatti, se per alcune compagnie teatrali è prioritario il discrimine del livello artistico in base al quale si connota la validità della proposta, per gli amministratori pubblici è spesso più importante la capacità del singolo soggetto titolare della Residenza di porsi in sintonia e di collocarsi sulla lunghezza d'onda dei fruitori reali o potenziali delle attività proposte.

Le motivazioni che hanno indotto le singole amministrazioni comunali ad aderire alla convenzione sono fondamentalmente di tre tipi:

- *Rapporto progresso fiduciario* e consolidato negli anni. Secondo tale prospettiva l'adesione alla convenzione diviene una sorta di naturale evoluzione attraverso la formalizzazione di un rapporto che assume ufficialità e permette una maggiore visibilità e un ulteriore accreditamento della compagnia, in parte legato al supporto (di immagine ed economico) fornito dalla Regione Piemonte.
- *Proposta diretta da parte della compagnia* o viceversa *da parte dell'ente pubblico*, per rispondere a esigenze di carattere contingente, come l'affidamento e la gestione di spazi.
- *Inserimento in una convenzione già attiva*, grazie all'interesse e alla proposta fornita o dalla compagnia o dall'ente pubblico "capofila" (caso spesso verificatosi per le comunità montane).

Indipendentemente dalle motivazioni, la decisione di aderire alla progettualità della Residenza Multidisciplinare si presenta come l'occasione per *avviare ed essere parte integrante di un progetto culturale di ampio respiro*, proposto, coordinato e attuato operativamente da una compagnia teatrale valutata in termini positivi per la qualità dei lavori proposti, la professionalità e l'impegno nella gestione e organizzazione di spettacoli e attività laboratoriali sul territorio; ma anche un'opportunità, per alcuni enti pubblici, carenti di figure professionali che abbiano una formazione adeguata, di avvalersi di un'offerta ampia, strutturata e articolata.

È interessante rilevare come spesso le amministrazioni pubbliche, soprattutto di Comuni di piccole dimensioni, non collochino la loro scelta in un'ottica di sviluppo complessivo delle potenzialità del territorio, secondo

³³ Per Residenza Multidisciplinare si intende la permanenza di una compagnia teatrale professionale in un ambito territoriale omogeneo. La Residenza sussiste nel momento in cui uno o più enti locali stipulano una specifica convenzione, valida per un triennio, rinnovabile, con la compagnia teatrale, ai sensi dell'articolo 6 del Regolamento regionale 20 giugno 2005, n. 4/R di cui alla legge regionale 30 maggio 1980, n. 68.

³⁴ Le interviste realizzate con le amministrazioni pubbliche (55 complessivamente) tracciano il profilo di un arcipelago molto variegato, in cui si rileva una pluralità di modelli gestionali, organizzativi e di tessitura di rapporti personali che legano l'universo teatrale a quello delle pubbliche amministrazioni.

la prospettiva della creazione di un sistema articolato e complesso che coinvolga l'intera regione. La proposta della compagnia è spesso percepita come un'occasione valida per avere a disposizione una sorta di *dispenser* che all'uopo può erogare spettacoli, ma anche servizi e attività che rispondano a esigenze contingenti, a bisogni che per costi, impegno e competenze non potrebbero essere assolti internamente. L'ottica di alcune amministrazioni pubbliche è pertanto quella di un utilizzo funzionale al sopperimento di carenze strutturali presenti in loco.

D'altro canto, è da rilevare la consapevolezza con cui le stesse amministrazioni pubbliche riconoscono l'importanza del servizio offerto dalle compagnie che spesso – nella loro attività – rivelano, agli occhi degli stessi amministratori, capacità di lettura del territorio, delle sue esigenze, dei suoi bisogni, traducendoli in un'offerta variegata e declinata ad hoc a seconda dei diversi contesti. Da sottolineare anche il fatto che alcune compagnie hanno saputo diversificare l'offerta della propria Residenza modulandola appositamente a seconda delle esigenze dei singoli Comuni e delle aspettative nutrite.

Il rapporto tra compagnia ed ente pubblico è paragonabile nei suoi andamenti a una relazione amorosa, a tratti idilliaca, a tratti tormentata, in alcuni casi un po' faticosa, bisognosa di alimentazione, nutrimento e attenzione costante, necessitante di continui compromessi, ammissibili solo nell'ottica di una condivisione di intenti. Sullo stesso registro, anche il rapporto inverso tra ente pubblico e compagnia è caratterizzato da un certo senso di fatica che si consuma di giorno in giorno, in quanto si perde nelle maglie delle incombenze quotidiane che imbrigliano la poesia del fare artistico e teatrale nei gangli delle necessità operative, logistiche, contrattuali, gestionali che si sfilacciano, si allungano e portano a un aggravio di lavoro per entrambi i soggetti coinvolti.

Le amministrazioni comunali sottolineano come l'attività delle Residenze abbia generato effetti positivi a cascata sul territorio, ma come tanto sia ancora da realizzare per ottimizzare e creare reti capaci di coinvolgere soggetti diversi e attivi in ambiti artistici e culturali non strettamente teatrali. Se effetti positivi si hanno per tutti gli intervistati in termini di ritorno di pubblico (sia di acquisizione di nuovi pubblici sia di fidelizzazione dell'esistente), molto si deve ancora fare per creare rapporti solidi e strutturati con il tessuto associativo locale. Solo alcune compagnie dimostrano, infatti, la capacità di coinvolgere le associazioni culturali, le compagnie amatoriali, i musei, le associazioni di formazione e sviluppo locale. In questo caso la funzione di programmazione e di coordinamento diventa prioritaria per l'amministrazione pubblica.

LE FORMAZIONI MUSICALI IN PIEMONTE

Osservando la produzione dello spettacolo dal vivo in Piemonte, censita basandosi sui progetti finanziati dalla Regione Piemonte, risulta subito evidente come gli eventi, i festival, le rassegne e le manifestazioni dedicate alla musica rappresentino la proposta più diffusa sul territorio: il 75% delle iniziative realizzate in regione nel corso del 2007 è di carattere musicale. A proporsi come soggetti organizzatori e produttori di queste iniziative sono strutture di diverso tipo, ma è possibile segnalare che il 42% circa dei soggetti censiti risulta connotabile come associazione musicale o come realtà che ha nella produzione e nell'organizzazione di eventi musicali la sua attività principale.

Rientrano in questo arcipelago gli ensemble musicali, i cori e le orchestre. Su queste tipologie di soggetti l'Osservatorio ha svolto un approfondimento per identificarne le caratteristiche e le criticità. Sono stati censiti 24 soggetti, 10 dei quali localizzati in Provincia di Torino, 7 in Provincia di Cuneo, 3 nella Provincia di Alessandria, 3 nella Provincia di Novara e uno nella Provincia di Biella. Da una prima esplorazione emerge la forte tradizione propria del settore: solo per una minima parte dei soggetti l'anno di fondazione risulta posteriore al 2000, nella maggior parte dei casi si tratta invece di realtà storiche, attive da lungo periodo nel territorio regionale.

Come proprio di altri sub-settori della produzione di spettacolo dal vivo piemontese, anche in questo caso si tratta di soggetti molto diversi tra loro in termini di struttura, organizzazione, professionalità e dimensionamento. Trovano posto, infatti, sia professionisti che hanno fatto della produzione musicale il proprio lavoro, sia un numero nutrito di appassionati impegnati, soprattutto, nelle attività dei cori, come volontari. A livello complessivo si può stimare la dimensione economica del sub-settore attorno ai 5 milioni di euro annui; di questi l'82% è riferibile indicativamente a un terzo dei soggetti considerati. Ciò pone l'accento sul fatto che, sebbene siano attive varie realtà, solo un numero ristretto di soggetti sia ben strutturato, promotore di un'offerta culturale complessa e articolata, e posizionato sul mercato a livello sia nazionale sia internazionale.

Per ciò che concerne le attività, tutti i soggetti considerati risultano impegnati nell'organizzazione o nella produzione di concerti, gestiscono festival o rassegne o stagioni musicali sul proprio territorio di residenza – costituendo momenti significativi della vita culturale del luogo, anche in virtù di una continuità consolidata nel corso del tempo – o prendono parte a manifestazioni similari realizzate in altri territori. Nonostante ciò, risulta minore la percentuale dei soggetti che organizzano tournée e che inseriscono nella propria attività programmi legati al decentramento territoriale; la maggioranza degli operatori, infatti, concentra la propria produzione nel luogo in cui ha sede.

Oltre a svolgere il ruolo di promotori culturali locali, impegnati nella produzione musicale tout court, circa il 30% circa dei soggetti monitorati è poi impegnato in attività didattiche, spesso indirizzate all'avvicinamento alla musica dei più giovani. La realizzazione di corsi e laboratori è mirata sia all'arruolamento e alla formazione di nuovi musicisti per le proprie iniziative, sia alla realizzazione di un servizio per la comunità di riferimento, in particolar modo in territori in cui mancano strutture didattiche musicali istituzionalizzate come i conservatori.

Decisamente più contenuta è, invece, la presenza di coloro che inseriscono tra le proprie attività la produzione di registrazioni audio e audiovisive o progetti legati alla ricerca, all'editoria e alle pubblicazioni musicali. Si segnalano tuttavia esperienze interessanti volte principalmente ad ampliare le conoscenze relative al patrimonio storico e culturale regionale.

Da uno sguardo d'insieme, le orchestre piemontesi sono caratterizzate dalla presenza nel loro organico di artisti di origine principalmente nazionale e straniera. Anche in questo caso si riconosce una divergenza tra le realtà più strutturate, professionali, e quelle più vicine all'ambito amatoriale. Se per le prime l'arruolamento degli artisti prescinde dalla loro provenienza geografica – anche se tendenzialmente riconducibile all'area piemontese e a quella delle regioni limitrofe (soprattutto Lombardia, Liguria, ma anche Svizzera e Austria) – nel secondo caso un ruolo molto forte è giocato dalla prossimità dei musicisti coinvolti. Questa dinamica risulta ancora più marcata per ciò che concerne i cori, nella cui attività assume una funzione centrale l'alta percentuale di volontari coinvolti.

Accanto ai musicisti inseriti stabilmente nell'organico – da un minimo di 15 a un massimo di circa 150, variabili anche all'interno della stessa orchestra, coro o ensemble in base alle esecuzioni – tutte le realtà considerate ospitano con una certa continuità musicisti solisti nelle proprie rassegne o nelle proprie esecuzioni. Per le realtà più piccole l'ospitalità riguarda in modo particolare artisti attivi in formazioni piemontesi di più alto livello artistico, mentre per le realtà più consolidate la tendenza maggiormente diffusa è quella di ospitare musicisti di rilievo internazionale. Sulla stessa linea, anche se con una percentuale inferiore (riconducibile in diversi casi alla proposta musicale o alle dimensioni del gruppo) è diffusa l'ospitalità di direttori d'orchestra di fama nazionale o internazionale. Risultano invece meno frequenti le attività di decentramento, in particolar modo per i soggetti poco strutturati che manifestano difficoltà a portare le proprie iniziative oltre i confini regionali e a inserirsi nella produzione dello spettacolo dal vivo a livello nazionale.

Una delle problematiche maggiormente evidenziate dagli operatori riguarda la disponibilità di spazi e locali idonei alle esecuzioni di concerti: solo una percentuale esigua di soggetti dispone di una sede propria. Quello degli spazi risulta uno dei punti critici che caratterizza il settore, in particolar modo per le strutture che includono un numero elevato di musicisti, sia per ciò che concerne la realizzazione dei concerti sia, soprattutto, per le prove. Tendenzialmente, per ovviare a questa carenza, le orchestre e i cori si appoggiano a strutture messe a disposizione dai Comuni o da altri enti e associazioni del territorio, che divengono interlocutori indispensabili per l'esistenza stessa delle iniziative. Il problema degli spazi si sovrappone, inoltre, alla difficoltà di gestire e organizzare le prove, in considerazione delle spese logistiche e organizzative – legate anche alla presenza nell'organico di artisti di provenienza extra-regionale – difficilmente sostenibili con i budget piuttosto contenuti a disposizione.

Stante le criticità sopra evidenziate, i soggetti indagati mostrano però di possedere una buona propensione alla collaborazione con altre organizzazioni attive nello stesso settore. Questa capacità di lavorare in rete, di mettere in atto scambi culturali e confronti, consente loro di dar vita a sinergie volte, da un lato, ad accrescere l'offerta musicale locale e, dall'altro, a sopperire a carenze artistico-professionali anche legate a una disponibilità economica piuttosto contenuta. In secondo luogo, il forte radicamento nel territorio si traduce anche in un buon confronto con gli interlocutori pubblici, dando vita a un dialogo che consente di trovare soluzioni, seppur non definitive, alle difficoltà logistiche e organizzative sopra delineate, prima fra tutte l'identificazione di una sede propria di riferimento.

3.3 BIBLIOTECHE CIVICHE

Le biblioteche di pubblica lettura italiane sono investite negli ultimi decenni da significativi cambiamenti – derivanti in alcuni casi dal rinnovamento degli edifici e della loro concezione, in altri dai cambiamenti delle utenze e dei loro consumi culturali – che stanno portando a una ridefinizione dei modelli di offerta.

Le biblioteche che hanno saputo investire nel rinnovamento dei propri servizi si stanno progressivamente affermando come istituzioni capaci di avere un'influenza positiva sul tessuto sociale del territorio, coinvolgendo attivamente il pubblico attraverso l'ascolto e la comprensione delle molteplici esigenze e dei bisogni delle diverse utenze e offrendo loro un ampio ventaglio di opportunità formative, informative e di *leisure*.

Dalla fotografia scattata dall'Osservatorio per il 2007 sullo stato di funzionamento delle biblioteche civiche in Piemonte emerge un quadro piuttosto variegato, con un gruppo di biblioteche di maggiori dimensioni che offre servizi di standard alto in termini di orari di apertura, acquisizioni, postazioni per l'utenza, ecc. e una moltitudine di biblioteche distribuite in prevalenza nei piccoli centri che non riesce a soddisfare per intero una domanda di servizio di alta qualità; occorre, peraltro, ricordare che delle 429 biblioteche civiche censite in Piemonte nel 2007 circa il 70% si trova in Comuni con meno di 5.000 abitanti, situati in prevalenza nelle Province di Cuneo e Torino.

La spesa complessiva sostenuta dalle biblioteche civiche nel 2007 è stata di circa 33,6 milioni di euro: va però messo in luce che i costi del personale hanno assorbito quasi il 60% delle risorse, mentre le spese per l'incremento del patrimonio librario e documentario, e quelle per la promozione della lettura rappresentano appena il 13% del totale. Nei Comuni con

una popolazione inferiore a 5.000 abitanti, oltre alle spese per le risorse umane hanno una maggiore incidenza quelle per il funzionamento.

Tra i sistemi bibliotecari, quello dell'Astigiano destina una percentuale di risorse superiore rispetto alla media piemontese per le attività di promozione della lettura (il 14% del budget complessivo a fronte del 3% su base regionale), in virtù della presenza del festival "Passpartout" organizzato dalla Biblioteca Astense. Anche le biblioteche dei sistemi del Cuneese (4%), del Monregalese (5%) e del Verbano-Cusio-Ossola (4%) dedicano più risorse alla promozione della lettura rispetto alla media regionale.

Gli importi per acquisti finalizzati all'incremento del patrimonio documentario in valori assoluti sono di gran lunga più elevati nel Sistema Urbano della città di Torino e nello SBAM³⁵; tuttavia sono il sistema del Biellese (15%) e quello del Canavese (12%) a registrare una più alta incidenza di tali spese sul totale delle risorse.

Nel 2007 i frequentatori delle biblioteche civiche piemontesi analizzate hanno potuto contare su 11.000 posti per la lettura e 496 per la navigazione Internet. La distribuzione sul territorio regionale appare ancora a macchia di leopardo, in quanto alcune aree hanno strutture con una dotazione di postazioni molto più cospicua rispetto ad altre: la sola Provincia di Torino, comprendente lo SBAM, il Sistema Urbano di Torino, i sistemi del Pinerolese, del Canavese e delle Valli di Lanzo, ha oltre il 52% dei posti lettura e il 57% di quelli destinati all'utilizzo di Internet presenti in regione.

In relazione all'accessibilità, in termini di ore di apertura, risultano decisamente meno favoriti gli utenti delle biblioteche dei piccoli Comuni, dove la media settimanale di ore di apertura al pubblico è di 10,3, mentre nei centri più grandi l'offerta è, ovviamente, molto più ampia.

³⁵ Il Sistema Bibliotecario Area Metropolitana (SBAM) è suddiviso in 5 zone: area sud-ovest (polo d'area Moncalieri), area ovest (polo d'area Beinasco), area nord-ovest (polo d'area Collegno), area nord-est (polo d'area Settimo Torinese), area sud-est (polo d'area Chieri).

I dati quantitativi sopra esposti tratteggiano un quadro piuttosto variegato; tuttavia, per comprendere se il livello dei servizi offerti sia considerato adeguato dall'utenza, l'OCP ha realizzato un'indagine³⁶ su un campione di biblioteche di pubblica lettura distribuite in tutte le Province piemontesi. Tra gli obiettivi della ricerca vi era mettere in luce le dinamiche di fruizione legate alla frequentazione delle biblioteche, analizzare le modalità di utilizzo e individuare le aspettative dei pubblici.

Dall'analisi sono emerse importanti indicazioni non solo sulle diverse possibilità d'uso dei servizi bibliotecari da parte dei differenti gruppi di utenti, ma anche sulle loro attese: un maggior numero di novità editoriali, orari di apertura più ampi, un più elevato numero di postazioni Internet e l'organizzazione di corsi di aggiornamento (lingue straniere, informatica, ecc.) sono le principali richieste.

Le ipotesi di ricerca sulle differenti aspettative ed esigenze da parte dei diversi pubblici riguardo i servizi offerti sono confermate dalla lista dei *desiderata* degli utenti, che varia sensibilmente in relazione ad alcuni fattori quali l'età, l'intensità di frequentazione e il titolo di studio.

Oltre all'opportunità di un acquisto tempestivo delle novità librarie – desiderio espresso da tutte le tipologie di utenti, in particolar modo dagli over 60, per i quali probabilmente il prestito è sostitutivo dell'acquisto – orari di apertura più ampi sono un'esigenza molto sentita sia da coloro che frequentano abitualmente³⁷ le biblioteche, con cui hanno già un rapporto consolidato, sia dai giovani under 18 che vorrebbero utilizzare con modalità ancora più intensive i

servizi offerti. Quanti vanno occasionalmente in biblioteca e hanno un rapporto più saltuario e distante richiedono maggiore comfort e accoglienza degli spazi; la necessità di un numero più alto di postazioni Internet caratterizza invece i bisogni degli under 18, di coloro che hanno un titolo di studio basso³⁸ e degli utenti occasionali.

La comparazione tra quanto viene offerto dalle biblioteche civiche e le esigenze espresse nell'indagine fa emergere un nodo critico su come realizzare il miglioramento della qualità e dell'*appeal* dei servizi. I bisogni dei pubblici, infatti, sono *in primis* legati all'aumento della qualità dell'offerta e solo in seconda istanza al rinnovamento delle strutture, ma proprio negli ambiti "strategici" per il soddisfacimento dell'utenza (come le novità librarie) le risorse impegnate sono poco adeguate.

Se per realizzare nuovi edifici o adeguamenti strutturali occorrono ingenti capitali e investimenti che non sempre è possibile mettere in campo per l'esiguità dei bilanci degli enti locali, molto potrebbe essere fatto operando sul consolidamento e sulla valorizzazione delle reti per sfruttare le economie di scala – si pensi ad esempio ai vantaggi derivanti dal coordinamento e dalla centralizzazione degli acquisti nei sistemi bibliotecari – e per aumentare qualitativamente il livello dei servizi.

Il ripensamento dei modelli di offerta delle biblioteche richiede quindi il rafforzamento qualitativo e la crescita della varietà dei servizi garantiti, *condicio sine qua non* per rendere più efficace l'impatto positivo delle biblioteche sulla crescita socioeconomica del territorio.

³⁶ Osservatorio Culturale del Piemonte, *Indagine sulla lettura in Piemonte. Leggere i lettori – Prima fase*, 2009.

³⁷ Gli utenti sono stati distinti in tre gruppi in relazione alla frequentazione della biblioteca: occasionali (coloro che si sono recati in biblioteca negli ultimi 12 mesi da 1 a 2 volte), moderati (da 3 a 10 volte) e abituali (coloro che sono stati in biblioteca più di 10 volte negli ultimi 12 mesi).

³⁸ Coloro che hanno come titolo di studio la licenza elementare e media inferiore.

INDUSTRIA DEI CONTENUTI

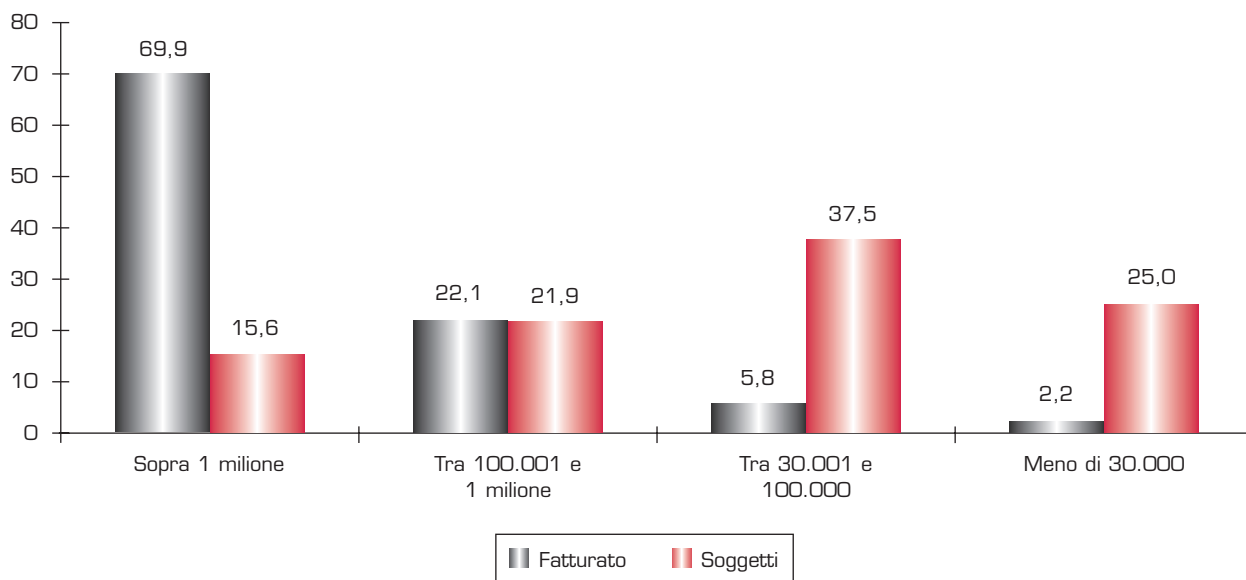
SETTORE DISCOGRAFICO

Tab. 1 COMPOSIZIONE DEL SETTORE DISCOGRAFICO PER FASCE DI FATTURATO, NUMERO DI SOGGETTI E DI ADDETTI (2007)
VALORI IN EURO

FASCE DI FATTURATO	N. SOGGETTI	FATTURATO	ADDETTI
Sopra 1 milione	5	6.436.772	30
Tra 100.001 e 1 milione	7	2.038.270	19
Tra 30.001 e 100.000	12	538.000	18
Meno di 30.000	8	200.000	8
Totale	32	9.213.043	75

Fonte: elaborazione OCP su dati OCP e CERVED

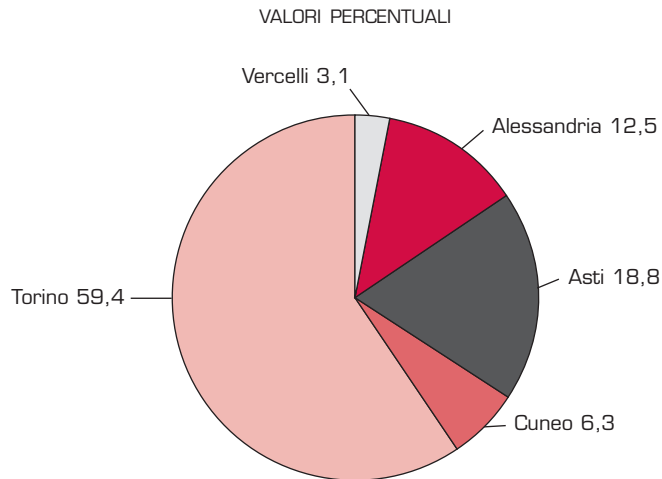
Fig. 1 COMPOSIZIONE DEL MERCATO DEL SETTORE DISCOGRAFICO PER FASCE DI FATTURATO E SOGGETTI (2007)
VALORI PERCENTUALI E IN EURO



Fonte: elaborazione OCP su dati OCP e CERVED

La dimensione economica complessiva del settore della produzione discografica in Piemonte è stimata per il 2007 attorno a 9 milioni di euro, con un incremento pari all'11% circa rispetto all'anno precedente. Delle 32 case discografiche considerate, solo poco più del 15% registra un fatturato annuo superiore al milione di euro e controlla quasi il 70% del fatturato totale. La maggioranza dei soggetti (circa il 62% dell'universo) ha un volume di entrate inferiore ai 300.000 euro, chiaro indicatore di una prevalenza di strutture di piccole dimensioni. In controtendenza rispetto all'aumento del fatturato risulta l'andamento degli addetti stabilmente occupati nel settore – escludendo quindi i collaboratori a vario titolo e i free-lance – diminuiti del 18% rispetto al 2006. Si evidenzia, altresì, una forte concentrazione delle risorse umane: il 40% degli addetti fa capo al gruppo ristretto dei soggetti maggiormente strutturati.

Fig. 2 DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DEI SOGGETTI DEL SETTORE DISCOGRAFICO PER PROVINCIA (2007)



Fonte: elaborazione e dati OCP

Le realtà produttive della discografia piemontese sono concentrate soprattutto nell'area di Torino, in cui ha sede quasi il 60% dei soggetti attivi nel settore. Si riscontrano, però, esperienze significative nelle Province di Alessandria e Asti, dove è localizzato il 31% circa delle case discografiche piemontesi. In termini di peso economico giocano invece un ruolo importante gli otto soggetti presenti nell'Astigiano e nel Cuneese che realizzano, nel loro insieme, il 37% circa dell'intero fatturato e impiegano il 36% delle risorse umane complessive.

Tab. 2 COMPOSIZIONE DEL SETTORE RADIOFONICO PER FASCE DI FATTURATO, NUMERO DI SOGGETTI E DI ADDETTI (2007)

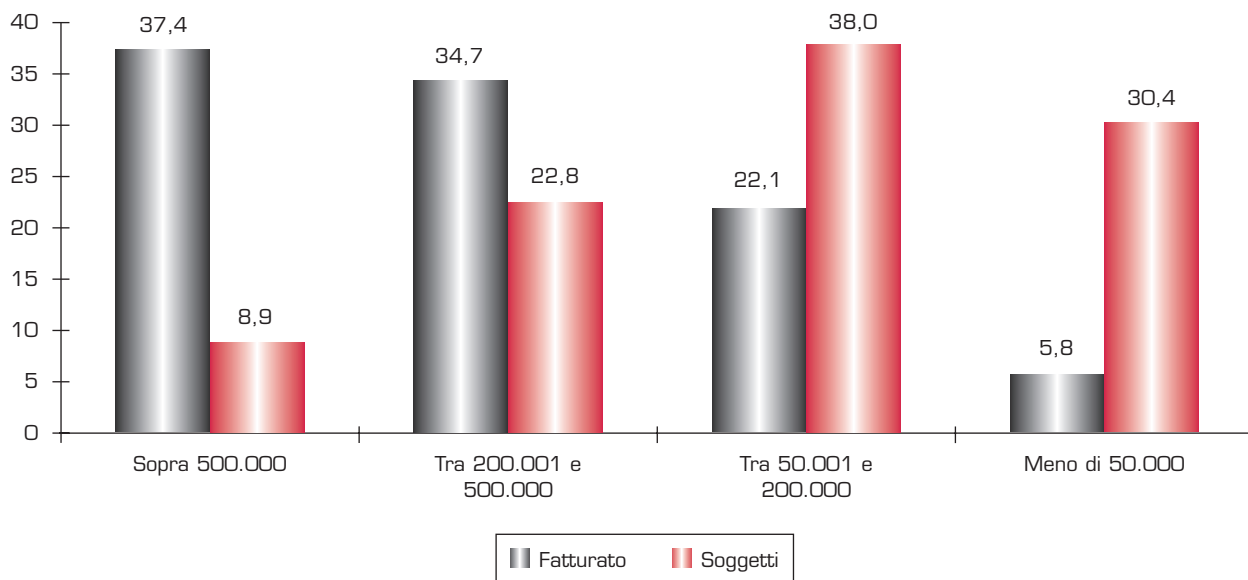
VALORI IN EURO

FASCE DI FATTURATO	N. SOGGETTI	FATTURATO	ADDETTI
Sopra 500.000	7	4.629.987	42
Tra 200.001 e 500.000	18	4.290.359	60
Tra 50.001 e 200.000	30	2.741.645	63
Meno di 50.000	24	717.633	26
Totale	79	12.379.624	191

Fonte: elaborazione OCP su dati OCP e CERVED

Fig. 3 COMPOSIZIONE DEL MERCATO DEL SETTORE RADIOFONICO PER FASCE DI FATTURATO E SOGGETTI (2007)

VALORI PERCENTUALI E IN EURO

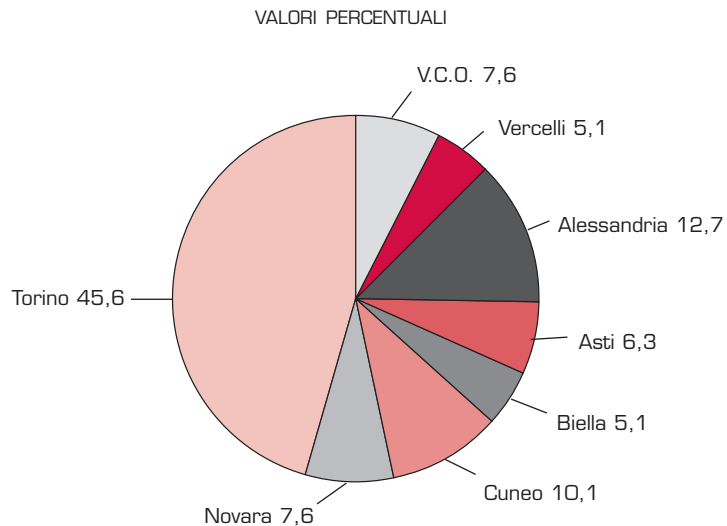


Fonte: elaborazione OCP su dati OCP e CERVED

Il giro d'affari complessivo dei soggetti censiti è stimabile, per l'anno 2007, attorno ai 12 milioni di euro, in incremento rispetto all'anno precedente³⁹. Il comparto è composto principalmente da piccole e medie strutture: su un totale di 79 radio considerate, quasi il 70% registra infatti un fatturato annuo inferiore ai 200.000 euro. A questi soggetti è però riferibile solo il 28% circa dei ricavi complessivi, che sono in buona parte prodotti (per il 37,4%) da un gruppo ristretto di emittenti per le quali si registra una dimensione economica superiore ai 500.000 euro annui. Nella fascia intermedia, quella compresa tra i 200.001 e 500.000 euro annui, si riscontra una buona vivacità sia in termini di soggetti attivi sia di giro d'affari a essi riconducibile. Per ciò che concerne l'occupazione, si stima siano impiegati nel settore 191 addetti stabilmente occupati, il 53% dei quali si concentra nelle emittenti che registrano un fatturato superiore ai 200.000 euro annui.

³⁹ Sebbene si riscontri un incremento percentuale del 2007 rispetto al 2006, una sua precisa quantificazione appare più problematica. Per ciò che concerne i dati relativi al 2006 e al 2007 essi sono stati rilevati con criteri parzialmente differenti, dovuti a un affinamento delle metodologie di rilevazione e di intervista ai soggetti. Segnaliamo pertanto questa evenienza nei pochi casi in cui è stato necessario procedere a una revisione delle modalità di rilevazione.

Fig. 4 DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DEI SOGGETTI DEL SETTORE RADIOFONICO PER PROVINCIA (2007)



Fonte: elaborazione e dati OCP

I soggetti attivi nel comparto dell'emittenza radiofonica piemontese sono principalmente concentrati nell'area metropolitana di Torino, dove ha sede più del 45% dell'universo considerato. Nelle altre Province piemontesi si rileva da un minimo di quattro a un massimo di dieci emittenti.

SETTORE TELEVISIVO

Tab. 3 COMPOSIZIONE DEL SETTORE TELEVISIVO PER FASCE DI FATTURATO, NUMERO DI SOGGETTI E DI ADDETTI (2007)

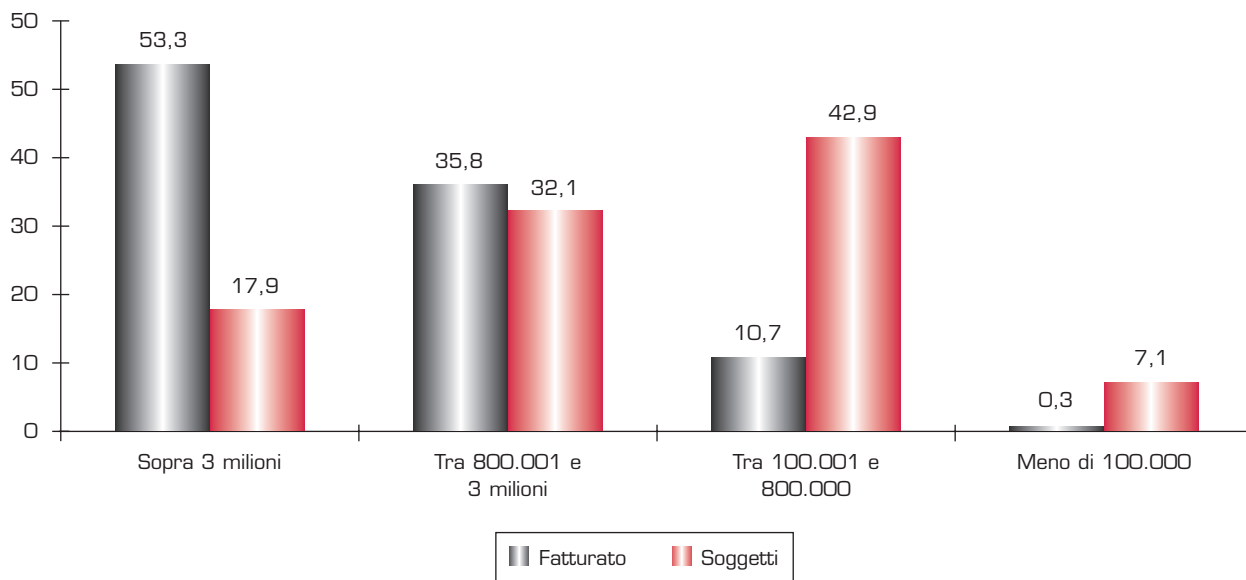
VALORI IN EURO

FASCE DI FATTURATO	N. SOGGETTI	FATTURATO	ADDETTI
Sopra 3 milioni	5	20.993.451	80
Tra 800.001 e 3 milioni	9	14.094.970	110
Tra 100.001 e 800.000	12	4.205.939	47
Meno di 100.000	2	100.000	3
Totale	28	39.394.360	240

Fonte: elaborazione OCP su dati OCP e CERVED

Fig. 5 COMPOSIZIONE DEL MERCATO DEL SETTORE TELEVISIVO PER FASCE DI FATTURATO E SOGGETTI (2007)

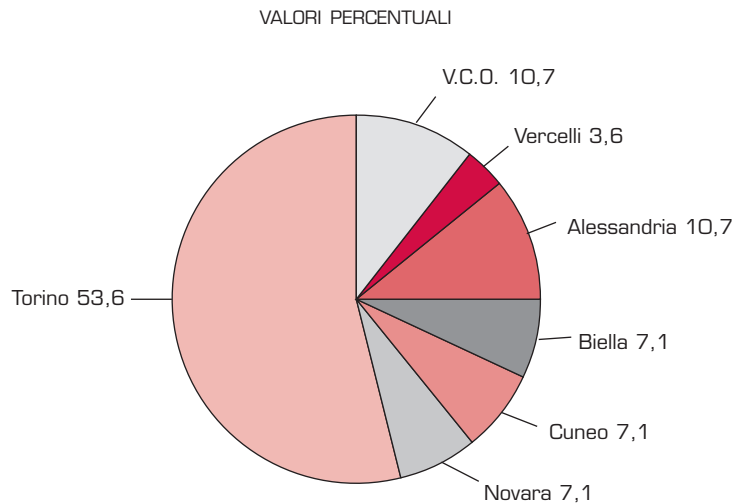
VALORI PERCENTUALI E IN EURO



Fonte: elaborazione OCP su dati OCP e CERVED

La dimensione economica dell'emittenza televisiva stimata per il 2007 è di circa 39 milioni di euro e registra un incremento del 3% rispetto al 2006. Sono stati censiti 29 soggetti, il 50% dei quali registra un fatturato annuo inferiore a 800.000 euro, mentre solo cinque emittenti hanno un giro d'affari superiore ai 3 milioni di euro. Dal punto di vista occupazionale si segnala un calo pari a 3 punti percentuali rispetto al 2006, con 240 addetti impiegati stabilmente nel settore, prevalentemente nelle realtà più strutturate, in cui trova posto l'80% delle risorse umane.

Fig. 6 DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DEI SOGGETTI DEL SETTORE TELEVISIVO PER PROVINCIA (2007)



Fonte: elaborazione e dati OCP

La distribuzione geografica dei soggetti evidenzia una polarizzazione dell'emittenza televisiva regionale nell'area metropolitana di Torino, in cui ha sede più del 50% delle società considerate. Nelle altre Province, fatta eccezione per Asti, dove non vi sono emittenti, si registra una diffusione dotata di una certa omogeneità. Parallelamente, il giro d'affari del comparto è distribuito per il 50% nella Provincia di Torino, ma trova un altro polo d'interesse nell'Alessandrino, dove viene realizzato quasi il 30% del fatturato totale e dove sono impiegati circa il 20% degli addetti del comparto.

SETTORE EDITORIALE

Tab. 4 COMPOSIZIONE DEL SETTORE EDITORIALE PER FASCE DI FATTURATO, NUMERO DI SOGGETTI E DI ADDETTI (2007)

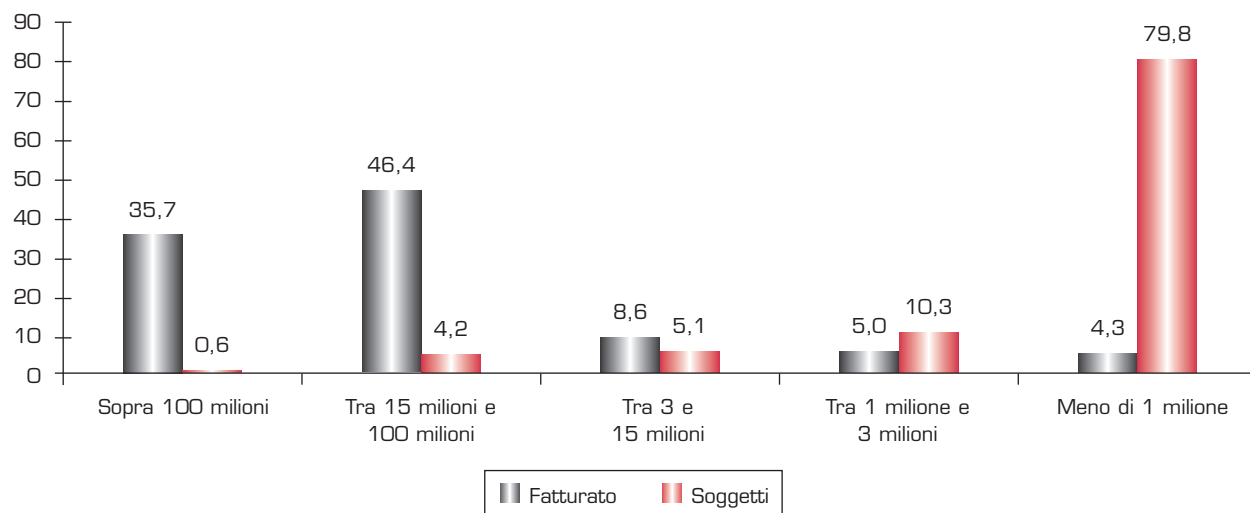
VALORI IN EURO

FASCE DI FATTURATO	N. SOGGETTI	FATTURATO	ADDETTI
Sopra 100 milioni	2	377.835.831	887
Tra 15 milioni e 100 milioni	13	490.184.805	1.301
Tra 3 e 15 milioni	16	91.002.719	397
Tra 1 milione e 3 milioni	32	53.201.578	357
Meno di 1 milione	249	45.311.858	609
Totale	312	1.057.536.791	3.551

Fonte: elaborazione OCP su dati OCP e CERVED

Fig. 7 COMPOSIZIONE DEL MERCATO DEL SETTORE EDITORIALE PER FASCE DI FATTURATO E SOGGETTI (2007)

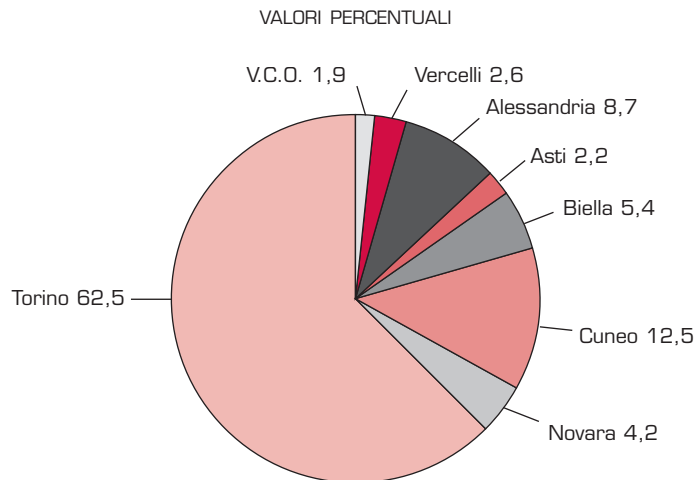
VALORI PERCENTUALI E IN EURO



Fonte: elaborazione OCP su dati OCP e CERVED

In riferimento all'anno 2007 l'Osservatorio ha censito 312 soggetti attivi nel comparto dell'editoria piemontese: quasi il 50% di questi pubblica solo libri, i restanti sono equamente rappresentati da editori di soli periodici ed editori misti. Il giro d'affari complessivo del settore si stima attorno a 1,05 miliardi di euro e registra un incremento dell'1,5% circa rispetto al 2006. Si evidenzia però come più dell'80% del fatturato totale sia da riferire a un numero esiguo di soggetti, mentre il 79,8% delle società censite ha una dimensione economica inferiore al milione di euro e più di un terzo dei soggetti dichiara un giro d'affari inferiore ai 50.000 euro annui. Anche dal punto di vista occupazionale si segnala nel complesso un aumento dello 0,6% rispetto al 2006 degli addetti stabilmente occupati nel comparto.

Fig. 8 DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DEI SOGGETTI DEL SETTORE EDITORIALE PER PROVINCIA (2007)



Fonte: elaborazione e dati OCP

Oltre il 60% dei soggetti censiti ha sede nella Provincia di Torino, a testimonianza di una forte polarizzazione dell'industria editoriale piemontese nel capoluogo di regione. In riferimento alle altre Province si riscontra una distribuzione territoriale che evidenzia una numerosità di soggetti ad Alessandria e Cuneo, con l'identificazione di un polo di grandi dimensioni, sia in termini di giro d'affari sia di addetti impiegati, nel Novarese. Anche guardando alla sola editoria periodica si conferma la centralità dell'area metropolitana di Torino (dove ha sede il 50% circa dei soggetti analizzati); si riscontra, tuttavia, una certa vivacità anche nel Cuneese, in cui è localizzato il 22,34% delle società.

SETTORE AUDIOVISIVO

Tab. 5 COMPOSIZIONE DEL SETTORE AUDIOVISIVO PER FASCE DI FATTURATO, NUMERO DI SOGGETTI E DI ADDETTI (2007)

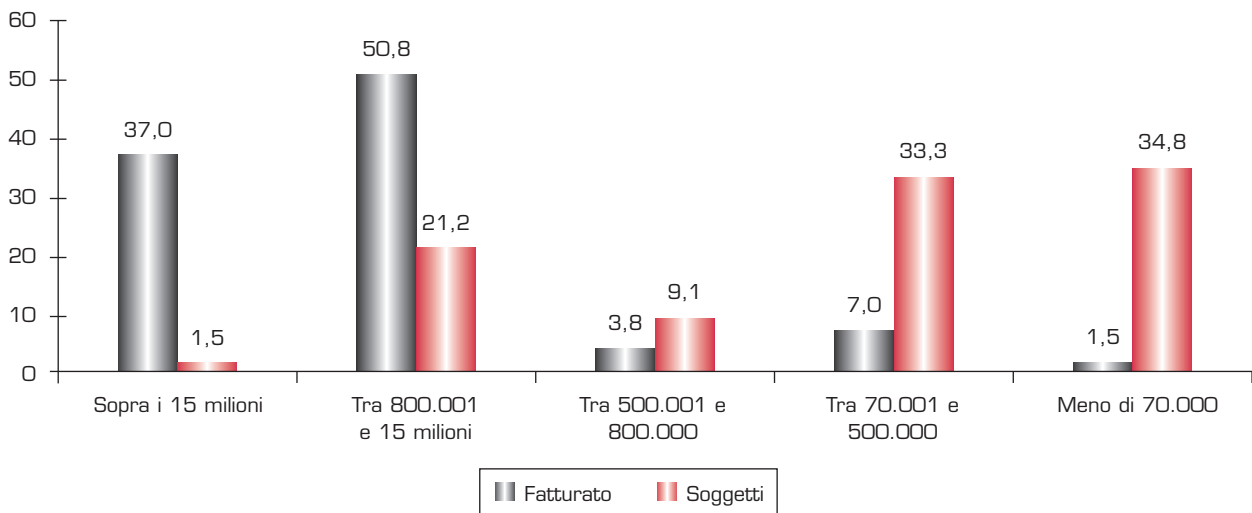
VALORI IN EURO

FASCE DI FATTURATO	N. SOGGETTI	FATTURATO	ADDETTI
Sopra i 15 milioni	1	23.600.000	100
Tra 800.001 e 15 milioni	14	32.357.874	310
Tra 500.001 e 800.000	6	2.434.517	33
Tra 70.001 e 500.000	22	4.434.297	75
Meno di 70.000	23	929.825	32
Totale	66	63.756.514	550

Fonte: elaborazione OCP su dati OCP e CERVED

Fig. 9 COMPOSIZIONE DEL MERCATO DEL SETTORE AUDIOVISIVO PER FASCE DI FATTURATO E SOGGETTI (2007)

VALORI PERCENTUALI E IN EURO



Fonte: elaborazione OCP su dati OCP e CERVED

Nel 2007 sono stati censiti dall'Osservatorio 66 soggetti attivi⁴⁰ che operano nel settore della produzione audiovisiva in territorio piemontese. Il giro d'affari complessivo di tali strutture ammonta a 63,7 milioni di euro. Se si esclude dal confronto l'unica realtà produttiva piemontese che ha un fatturato superiore ai 15 milioni di euro⁴¹, si registra un incremento del 5,2% rispetto all'anno precedente. Riguardo agli addetti stabilmente occupati nel settore si segnala una crescita, seppur lieve, dell'1,2%.

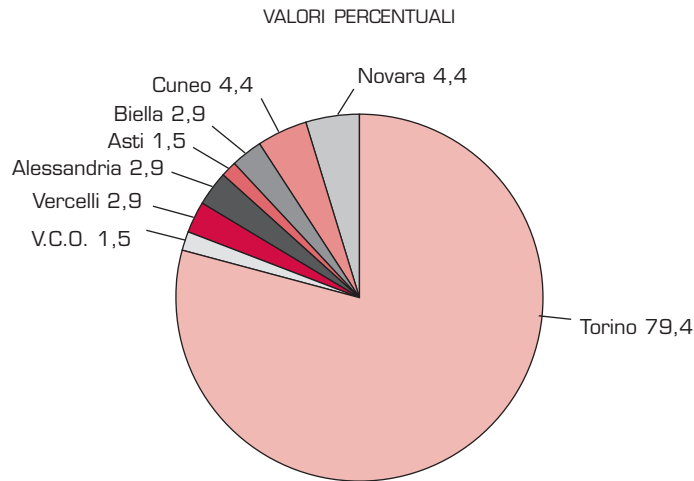
Come si evince dal grafico, i soggetti inseriti nelle classi di fatturato superiori a 800.000 euro producono da soli circa l'87% del giro d'affari dell'intero comparto. Si conferma la vivacità della produzione a cui corrisponde la stabilità sul mercato, già evidenziata lo scorso anno, delle società all'interno della fascia di fatturato compresa tra gli 800.000 euro e i 5 milioni.

Per quanto riguarda gli addetti, infine, si precisa che i dati rilevati fanno riferimento unicamente alle risorse stabilmente impiegate nel settore; è noto che, data la particolarità dei processi produttivi e la loro scansione temporale, lavora nel settore e "attorno" al settore un numero notevolmente più elevato di persone che prestano la loro opera in qualità di collaboratori temporanei e di free-lance, particolarmente difficili da rilevare e dimensionare in termini di giornate lavorate.

⁴⁰ Nel corso dell'indagine, dato il carattere multiforme ed eterogeneo di questi soggetti, si è scelto di intervistare e considerare le situazioni maggiormente stabili e significative sotto il profilo delle relazioni nazionali e internazionali con altri soggetti produttivi e dei prodotti, anche tra le aziende di piccole dimensioni.

⁴¹ I dati relativi a fatturato e addetti dell'azienda maggiore sotto il profilo dimensionale hanno subito sensibili variazioni in seguito alla completa riorganizzazione dell'assetto societario.

Fig. 10 DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DEI SOGGETTI DEL SETTORE AUDIOVISIVO PER PROVINCIA (2007)



Fonte: elaborazione e dati OCP

La produzione audiovisiva piemontese è fortemente concentrata nell'area metropolitana di Torino, in cui la presenza di imprese e istituzioni committenti garantisce un elevato grado di vitalità della filiera. Poco meno dell'80% dei soggetti impegnati nel settore ha sede nel capoluogo regionale. Si segnala che nella Provincia di Novara sono localizzate alcune realtà che si avvantaggiano della prossimità geografica al capoluogo lombardo e della gravitazione su quel mercato, oltreché della presenza di uno dei maggiori poli editoriali.

SPETTACOLO DAL VIVO

Tab. 6 COMPOSIZIONE DEL SETTORE DELLO SPETTACOLO DAL VIVO PER FASCE DI ENTRATE E NUMERO DI SOGGETTI (2007)

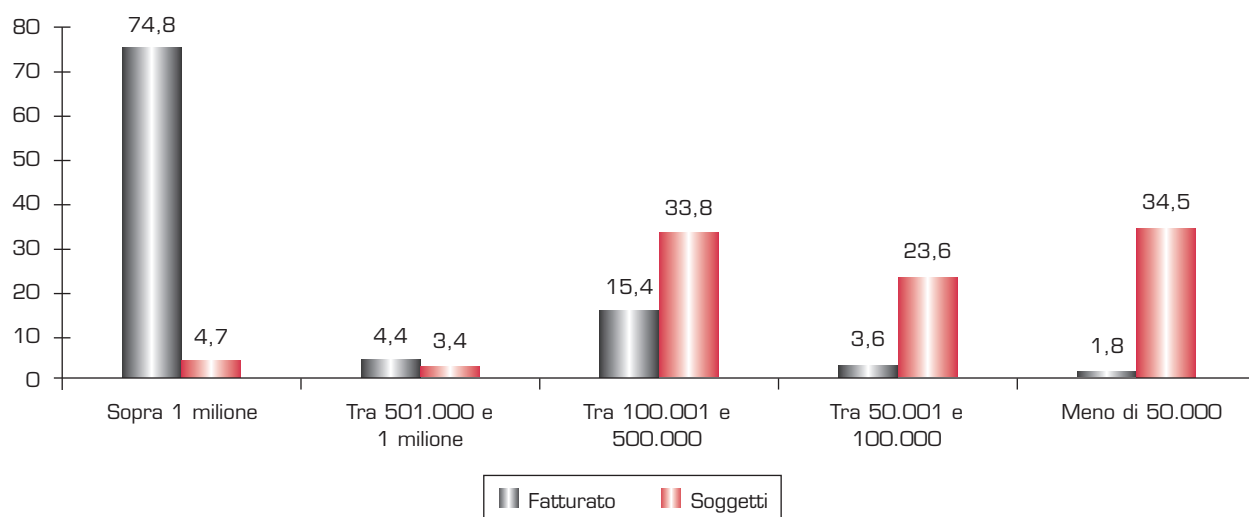
VALORI IN EURO

FASCE DI ENTRATE	N. SOGGETTI	ENTRATE
Sopra 1 milione	14	107.446.343
Tra 501.000 e 1 milione	10	6.278.917
Tra 100.001 e 500.000	100	22.162.094
Tra 50.001 e 100.000	70	5.124.709
Meno di 50.000	102	2.567.478
Totale	296	143.579.540

Fonte: elaborazione e dati OCP

Fig. 11 COMPOSIZIONE DEL SETTORE DELLO SPETTACOLO DAL VIVO PER FASCE DI ENTRATE E SOGGETTI (2007)

VALORI PERCENTUALI E IN EURO

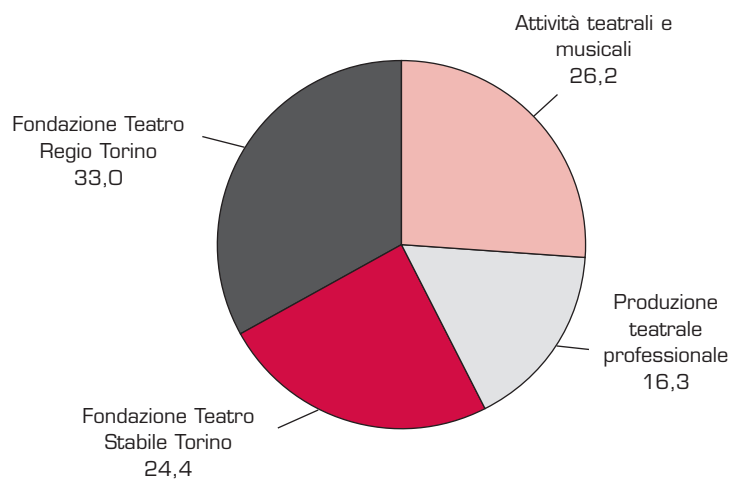


Fonte: elaborazione e dati OCP

La dimensione economica totale del settore dello spettacolo dal vivo in Piemonte per il 2007 è stimata attorno ai 143 milioni di euro. La maggior parte dei soggetti produttori di spettacolo dal vivo operanti in Piemonte presenta però una dimensione piuttosto contenuta: più del 90% delle strutture attive ha avuto entrate inferiori ai 500.000 euro, mentre solo poco più del 4% ha potuto contare su una dimensione economica complessiva superiore a 1 milione di euro.

Fig. 12 COMPOSIZIONE DEL SETTORE DELLO SPETTACOLO DAL VIVO IN BASE ALLE ENTRATE (2007)

VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazione e dati OCP

Analizzando la distribuzione delle entrate relative alla produzione di spettacolo al vivo in Piemonte, si evidenzia come il 58% sia riconducibile alle due maggiori istituzioni culturali in Regione, alle quali si affiancano altre innumerevoli iniziative.

BIBLIOTECHE CIVICHE

Tab. 7 DISTRIBUZIONE DELLE BIBLIOTECHE CIVICHE PER FASCE DI POPOLAZIONE DEI COMUNI (2007)

VALORI IN EURO

PROV.	COMUNI CON POPOLAZIONE < 5.000 AB.	COMUNI CON POPOLAZIONE TRA 5.001 E 15.000 AB.	COMUNI CON POPOLAZIONE TRA 15.001 E 30.000 AB.	COMUNI CON POPOLAZIONE TRA 30.001 E 60.000 AB.	COMUNI CON POPOLAZIONE > 60.000 AB.	N. BIBLIOTECHE CIVICHE
AL	46	3	4	1	1	55
AT	24	3	-	-	1	28
BI	14	2	1	3	-	20
CN	80	13	5	2	-	100
NO	30	6	1	-	-	37
TO	89	30	13	13	16	161
VC	12	4	-	-	-	16
V.C.O.	8	2	1	1	-	12
Totale	303	63	25	20	18	429

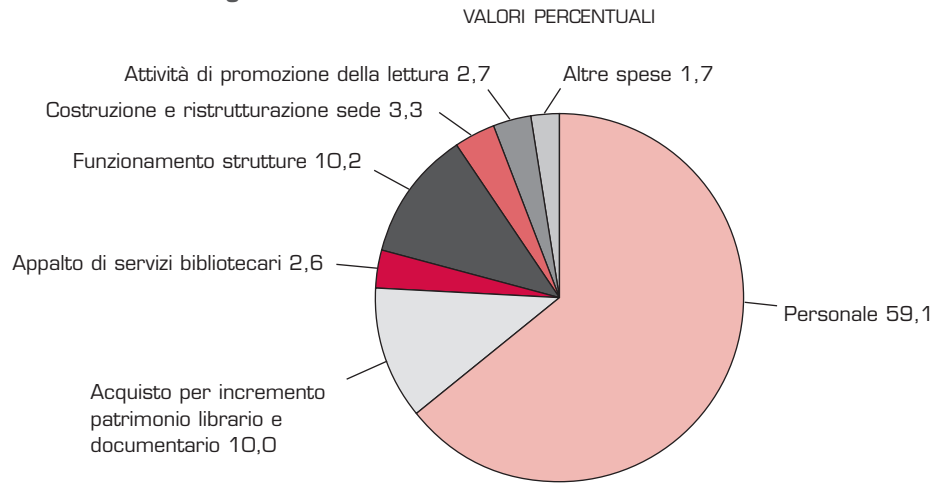
Fonte: elaborazione OCP su dati EtaBeta

Le biblioteche civiche piemontesi che hanno risposto al censimento nel 2007⁴² sono in totale 429⁴³.

⁴² I dati fanno riferimento alle biblioteche che hanno risposto alla rilevazione effettuata dalla Cooperativa EtaBeta per conto del Settore Biblioteche della Direzione 18 della Regione Piemonte a partire dal 2008. L'anagrafe delle Biblioteche Italiane dell'ICCU (Istituto Centrale per il Catalogo Unico delle biblioteche italiane e per le informazioni bibliografiche) rileva sul territorio piemontese 643 biblioteche civiche su un totale di 798 biblioteche civiche censite dal Settore Biblioteche della Regione Piemonte.

⁴³ Non è stato possibile effettuare un confronto con gli anni precedenti a causa dell'eterogeneità degli insiemi dei soggetti rispondenti.

Fig. 13 SPESE SOSTENUTE DALLE BIBLIOTECHE CIVICHE (2007)



Fonte: elaborazione OCP su dati EtaBeta

Tab. 8 RIPARTIZIONE DELLE TIPOLOGIE DI SPESE PER SISTEMI BIBLIOTECARI (2007)*

VALORI IN EURO

DENOMINAZIONE SISTEMA	ACQUISTI PER				SPESE PER		FUNZIONAMENTO RISTRUTTURAZIONE		ATTIVITÀ DI		ALTRE SPESE	SPESE TOTALI**
	PERSONALE	DOCUMENTARIO	SERVIZI BIBLIOTECARI	APPALTO DI	STRUTTURE	SEDE	LETURA	PROMOZIONE DELLA	SPESE			
Biblioteche non aderenti a sistemi	1.072.714	476.495	249.127	-	386.278	88.085	347.805	91.865	2.776.304			
Acquese	194.501	15.803	-	-	71.937	-	5.654	1.436	289.330			
Delle Langhe	156.518	30.243	-	-	87.878	1.400	-	10.800	293.872			
Astigiano	427.862	88.136	950	-	164.990	2.763	152.015	6.390	1.051.947			
Biellese	195.765	57.232	8.750	-	65.392	58.000	2.876	1.680	378.358			
Del Monferrato	378.443	43.549	22.359	-	62.962	97.800	11.230	150	456.796			
Del Cuneese	596.611	89.053	38.469	-	251.958	30.134	53.507	10.756	1.248.922			
Fossanese Savigianese Saluzzese	745.578	130.112	30.792	-	307.163	122.289	12.917	14.358	1.353.841			
Del Canavese	742.384	138.176	3.224	-	202.056	-	8.706	5.145	1.110.313			
Delle Valli di Lanzo	84.368	8.337	-	-	61.313	-	2.122	103	155.055			
Monregalese	235.622	32.773	-	-	66.267	-	20.000	5.300	364.508			
Del Basso Novarese	131.088	22.682	-	-	69.033	69.208	1.762	5.165	302.241			
Novese	437.610	29.080	800	-	107.307	-	13.317	2.400	605.159			
Pinerolese	554.611	133.684	69.905	-	183.852	424.487	12.521	35.008	1.479.073			
Tortonese	367.922	38.172	30.000	-	18.059	-	515	6.753	462.802			
Del Verbano-Cusio-Ossola	370.599	47.041	-	-	79.329	-	23.503	300	627.876			
Della Piana Vercellese	81.982	15.214	-	-	44.358	-	678	-	142.053			
Del Medio Novarese	114.852	61.805	6.656	-	62.768	178.406	7.299	37.218	829.591			
Urbano di Torino	9.903.725	1.387.431	-	-	-	-	-	-	14.000.000			
SBAM	3.066.170	529.922	427.787	-	1.151.646	29.574	243.171	321.987	5.679.586			

* I dati riportano la somma delle voci relative alle singole biblioteche, riaggregate per sistema di appartenenza.

** Il dato relativo alle spese totali non coincide con la somma delle singole voci in quanto alcune biblioteche non hanno fornito i dati disaggregati per le singole voci di spesa.

Fonte: elaborazione OCP su dati EtaBeta

Tab. 9 RIPARTIZIONE DELLE TIPOLOGIE DI SPESA DELLE BIBLIOTECHE, RIAGGREGATE PER FASCE DI POPOLAZIONE DEI COMUNI DI APPARTENENZA (2007)

VALORI IN EURO

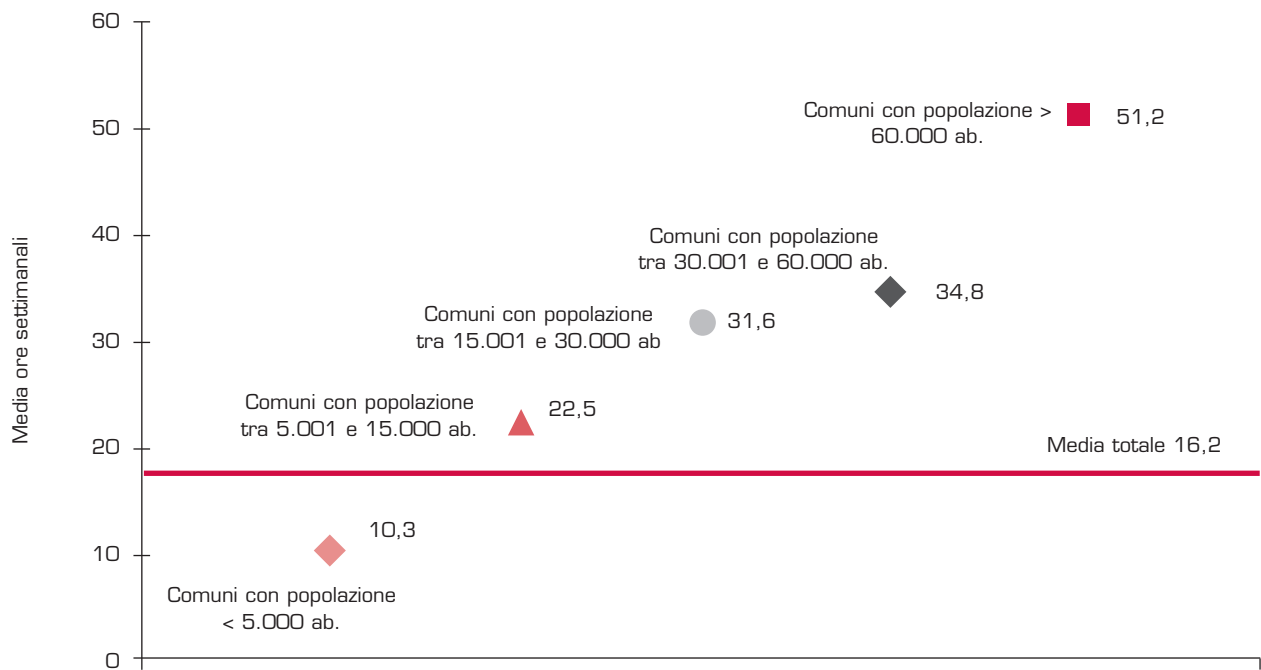
	COMUNI CON POPOLAZIONE < 5.000 AB.	COMUNI CON POPOLAZIONE TRA 5.001 E 15.000 AB.	COMUNI CON POPOLAZIONE TRA 15.001 E 30.000 AB.	COMUNI CON POPOLAZIONE TRA 30.001 E 60.000 AB.	COMUNI CON POPOLAZIONE > 60.000 AB.	TOTALE
Personale	932.037	2.105.719	3.619.757	2.919.482	10.281.930	19.858.925
Acquisti per incremento patrimonio librario e documentario	416.027	386.105	372.286	420.407	1.780.115	3.374.940
Spese per appalto di servizi bibliotecari	103.518	45.635	51.590	447.742	240.334	888.819
Spese per funzionamento strutture	676.494	966.103	801.804	788.257	211.888	3.444.546
Ristrutturazione sede	432.462	548.910	14.518	106.256	-	1.102.146
Attività di promozione della lettura	30.517	68.291	164.133	206.248	450.409	919.598
Altre spese	88.231	161.270	200.013	107.300	-	556.814
Spese totali	2.765.029	4.375.798	5.477.266	5.135.012	15.854.522	33.607.627

Fonte: elaborazione OCP su dati EtaBeta

La voce di spesa maggiormente incisiva è relativa al personale, che assorbe circa il 60% delle risorse delle biblioteche civiche piemontesi oggetto d'analisi; seguono le spese sostenute per l'aggiornamento e incremento del patrimonio librario e documentario, e quelle per il funzionamento delle strutture, che rappresentano il 10% circa del totale. In particolare in Piemonte è il Sistema Bibliotecario del Biellese a destinare più risorse ai nuovi acquisti, circa il 15% del budget complessivo, mentre le biblioteche del Sistema Bibliotecario Astigiano investono di più nelle attività di promozione della lettura, con il 14% delle risorse destinato a tali iniziative.

Inoltre, l'incidenza dei costi di funzionamento delle strutture è più alta nelle biblioteche con sede nei Comuni piccoli (è il 24% circa della spesa per le biblioteche con sede nei Comuni con meno di 5.000 abitanti) rispetto a quelle con sede nei Comuni medio-grandi (è il 15% per le biblioteche localizzate nei Comuni compresi all'interno della fascia di popolazione tra 30.000 e 60.000 abitanti e l'1% per le biblioteche aventi sede nei Comuni con popolazione superiore ai 60.000); al contrario, il personale pesa molto di più nei bilanci delle biblioteche con sede nei grandi Comuni, dove rappresenta il 65% dei costi totali.

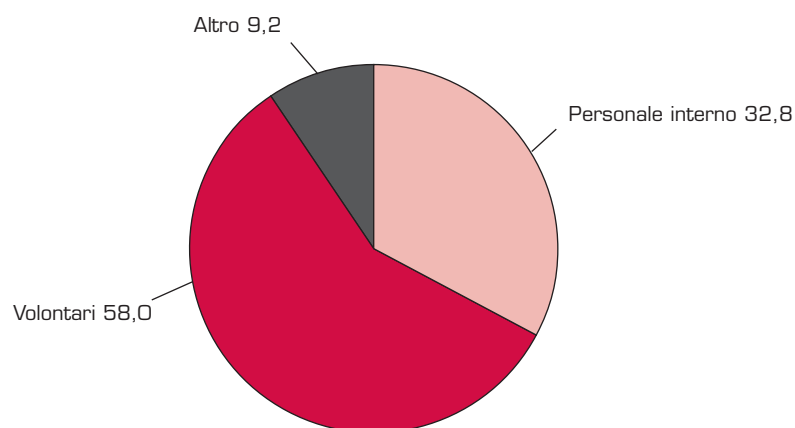
Fig. 14 MEDIA DELLE ORE SETTIMANALI DI APERTURA DELLE BIBLIOTECHE CON SEDE NEI COMUNI, RIAGGREGATI PER CLASSI DI POPOLAZIONE (2007)



Fonte: elaborazione OCP su dati EtaBeta

In relazione agli orari di apertura, va messa in luce la persistente difficoltà delle biblioteche dei piccoli centri nel garantire all'utenza una fruizione in termini di ore di apertura settimanali che sia in linea con la media regionale: mentre nei Comuni con un numero di abitanti inferiore a 5.000 la media di ore in cui si può fruire dei servizi bibliotecari è di 10,3 a settimana, nei Comuni più grandi tale indice aumenta sensibilmente sino ad arrivare a una media di 51,2 ore a settimana in quelli con popolazione superiore a 60.000 abitanti.

Fig. 15 RIPARTIZIONE DEGLI ADDETTI E DEI VOLONTARI IMPIEGATI NELLE BIBLIOTECHE CIVICHE (2007)
VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazione OCP su dati EtaBeta

Il ricorso a personale volontario è molto diffuso sul territorio regionale e rappresenta il 58% circa delle risorse impiegate nelle biblioteche civiche censite. Il restante 42% risulta essere personale retribuito sia in qualità di dipendenti dell'amministrazione comunale, sia in qualità di addetti a servizi esternalizzati.

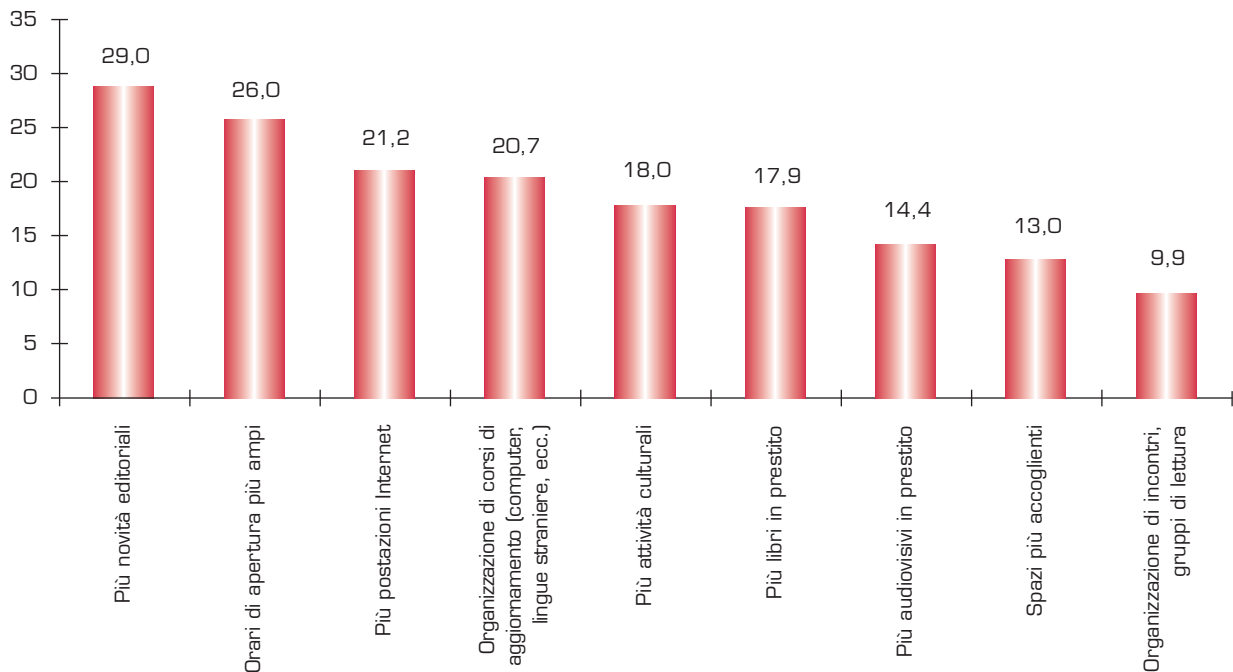
INDAGINE SULLA LETTURA IN PIEMONTE

I dati presentati nelle tabelle e figure seguenti sono tratti dalla ricerca *Indagine sulla Lettura – Parte I. Leggere i lettori* realizzata dall'Osservatorio Culturale del Piemonte su incarico della Regione Piemonte. Come è stato già ricordato nel capitolo 1, l'obiettivo della ricerca è stato quello di fornire un primo nucleo di indicazioni per l'impostazione di strategie complessive per la promozione e lo sviluppo della lettura che fossero maggiormente ancorate ai contesti territoriali e diversificati per tipologia di pubblico.

In questa sezione della Relazione si riportano i risultati emersi dall'analisi dei frequentatori delle biblioteche civiche che hanno aderito all'indagine in merito alle aspettative e alle esigenze da questi espresse.

Le elaborazioni sono state effettuate su un campione di 1.641 questionari compilati dall'utenza delle seguenti biblioteche civiche piemontesi: Biblioteca Civica "Costantino Nigra" di Ivrea, Biblioteca Civica di Mondovì, Biblioteca Civica di Cuneo, Biblioteca Civica di Fossano, Biblioteca Civica di Biella, Biblioteca Civica di Vercelli, Biblioteca Civica di Alessandria, Biblioteca Astense, Biblioteca "Pietro Ceretti" di Verbania, Biblioteche Civiche "Primo Levi" e "Villa Amoretti" di Torino, Biblioteca Civica "Negroni" di Novara, Biblioteca Civica "Arduino" di Moncalieri.

Fig. 16 COSA CHIEDONO GLI UTENTI ALLA BIBLIOTECA
VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazione e dati OCP

Tab. 10 COSA CHIEDONO GLI UNDER 18 E GLI OVER 60 ALLE BIBLIOTECHE

VALORI PERCENTUALI

	< 18	> 60
Più novità editoriali	26	35
Più audiovisivi in prestito	16	10
Più libri in prestito	24	13
Più attività culturali	12	16
Spazi più accoglienti	12	11
Più postazioni Internet	34	10
Orari di apertura più ampi	25	15
Organizzazione di incontri, gruppi di lettura	8	9
Organizzazione di corsi di aggiornamento (computer, lingue straniere, ecc.)	16	17

Fonte: elaborazione e dati OCP

Tab. 11 COSA CHIEDONO GLI UTENTI PER TITOLO DI STUDIO ALLE BIBLIOTECHE

VALORI PERCENTUALI

	BASSO	MEDIO-ALTO
Più novità editoriali	34	31
Più audiovisivi in prestito	15	16
Più libri in prestito	20	19
Più attività culturali	13	22
Spazi più accoglienti	13	15
Più postazioni Internet	27	22
Orari di apertura più ampi	22	31
Organizzazione di incontri, gruppi di lettura	5	12
Organizzazione di corsi di aggiornamento (computer, lingue straniere, ecc.)	21	23

Fonte: elaborazione e dati OCP

Tab. 12 COSA CHIEDONO GLI UTENTI PER CLASSI DI FREQUENZA ALLE BIBLIOTECHE

VALORI PERCENTUALI

	OCCASIONALI	MODERATI	ABITUALI
Più novità editoriali	24	25	31
Più audiovisivi in prestito	8	13	15
Più libri in prestito	14	15	19
Più attività culturali	21	17	18
Spazi più accoglienti	18	13	13
Più postazioni Internet	27	19	22
Orari di apertura più ampi	19	20	28
Organizzazione di incontri, gruppi di lettura	5	11	10
Organizzazione di corsi di aggiornamento (computer, lingue straniere, ecc.)	19	21	21

Fonte: elaborazione e dati OCP

OSSERVAZIONI CONCLUSIVE

PREMESSA

È impossibile commentare i risultati del 2008 senza leggerli alla luce della profonda crisi che ha coinvolto le economie mondiali, fino a investire la situazione regionale e locale con conseguenze importanti per il mondo della cultura che, tuttavia, vanno analizzate e valutate unitamente ad altri fattori congiunturali e strutturali propri del territorio regionale. Si assiste nel 2008 a fenomeni caratterizzati da forti elementi di contraddittorietà, se non, addirittura, da opposizioni di fase che rendono difficile la ricomposizione in un quadro unitario e sintetico. Da una parte, i forti investimenti strutturali nel settore della cultura e dei beni culturali mostrano, a due anni dai Giochi Olimpici, ritorni e benefici che si traducono in un'offerta culturale importante per la regione, in un apprezzabile incremento della qualità della vita per i residenti (si veda il confronto con gli anni precedenti), in un aumento sensibile del turismo culturale e del suo impatto economico, come illustrato nel Capitolo 1; dall'altra, nelle sedi di governo e amministrative, nei dibattiti, nei giornali viene messa in discussione quotidianamente l'entità, l'utilità e la destinazione delle risorse economiche che hanno consentito di sviluppare queste dinamiche e che ora dovrebbero sostenerle. Si assiste, nel contempo, a una progressiva contrazione delle risorse per la cultura, che allo stato attuale comincia a incidere profondamente non solo sul livello e sul volume delle attività, ma sul patrimonio stesso delle istituzioni culturali, minacciandone la sostenibilità futura. Sebbene i dati sulle risorse economiche contenute in questa Relazione annuale si riferiscano all'anno 2007, la situazione emerge già con chiarezza nelle sue dinamiche fondamentali che lungo tutto il 2008 non hanno fatto altro che consolidarsi, anche in interazione con la grave congiuntura economica globale. La situazione merita, quindi, una disamina capace di individuare i differenti fattori in gioco, le cause storiche e contingenti della situazione attuale e il ruolo dei differenti attori del sistema, al di fuori dell'emotività o della difesa di specifiche posizioni, elementi questi inevitabili in situazioni di turbolenza, ma che rischiano di forzare le interpretazioni o di offuscare la ricerca di vie d'uscita praticabili e razionali.

LE RAGIONI DELLA CRISI

A partire da metà degli anni Novanta si consolida una strategia di investimento sui beni e sulle attività culturali come motore di sviluppo locale anche economico, al di là degli impatti diretti di ordine culturale e sociale e che vede una cooperazione interistituzionale tra Regione, Città di Torino ed Enti Locali piemontesi. Prende così avvio una stagione di grandi investimenti e di grandi restauri destinata a mutare profondamente la struttura stessa dell'offerta culturale, soprattutto per ciò che concerne i beni culturali e i musei: nell'area metropolitana di Torino dal '95 ad oggi sono più di 25 i musei e i beni culturali aperti *ex novo* o riaperti dopo importanti restauri, alcuni dei quali oggi figurano tra i grandi attrattori dell'utenza museale: si pensi al Museo Nazionale del Cinema, a Palazzo Madama, alla Reggia di Venaria Reale. Ma una dinamica simile ha coinvolto l'intero panorama regionale, basti citare le Residenze Sabaude e in particolare il Castello di Racconigi, che in pochi anni diviene uno dei siti più visitati fuori Torino, gli innumerevoli restauri di castelli e forti, l'iscrizione nella Lista del Patrimonio Mondiale dell'UNESCO dei Sacri Monti e l'apertura di una serie importante di nuovi musei e di centri espositivi, spesso con una

composizione di risorse dello Stato, della Regione Piemonte, delle fondazioni bancarie, degli Enti Locali e dell'Unione Europea, sia a Torino sia nel territorio regionale. Che la spesa non potesse crescere indefinitamente era facile previsione e proprio nei commenti contenuti nelle Relazioni precedenti dell'OCP si avanzava la preoccupazione di un progressivo esaurimento delle risorse destinate alla cultura in concomitanza dei Giochi Olimpici, con il rischio – che oggi sembra almeno parzialmente avverarsi – di non avere più le disponibilità economiche necessarie per valorizzare questi investimenti nella fase post-olimpica, cavalcando l'esposizione mediatica e i riconoscimenti ottenuti in occasione delle Olimpiadi. La capacità di attrarre risorse per investimenti da parte delle istituzioni – con la partecipazione e il supporto importante delle fondazioni di origine bancaria – e di dar vita a una miriade di cantieri di tutte le dimensioni che hanno interessato beni culturali e nuovi musei, si traduce anche in una lievitazione continua dei costi di gestione corrente, non appena i singoli beni o musei vengono inaugurati e iniziano la loro attività. Sono i costi di gestione, che si ripetono ogni anno, infatti, a gravare maggiormente sui bilanci degli Enti Locali e a rendere necessaria una costante crescita della spesa per la cultura, rispetto a investimenti anche forti in termini dimensionali, ma circoscritti nel tempo e a cui possono concorrere enti e soggetti – come l'Unione Europea attraverso i Fondi strutturali o i Programmi Interreg – non coinvolgibili nei costi correnti di gestione. Il grande investimento strutturale si è tradotto nel tempo in una esigenza di espansione della spesa corrente per sostenere la gestione di nuovi enti culturali, nuovi musei, nuovi beni restaurati e sedi di attività culturali. E se oggi in qualche modo si vive la “coda” di questa lunga fase di investimenti (ma non tutti i cantieri sono terminati, né tutte le potenzialità effettivamente messe a regime), uno dei paradossi consiste nel fatto che esistano ancora alcuni – anche se più ristretti – margini per investimenti in conto capitale, mentre il problema cruciale per gran parte delle istituzioni culturali è divenuto il reperimento delle risorse da destinare alla gestione corrente. Ne consegue che elementi di criticità si nascondono anche dietro al segno positivo di crescita della spesa (ad esempio per i dati 2007), poiché le esigenze di copertura delle spese correnti di gestione crescono con un ritmo più accelerato, configurando una scenario fortemente critico in caso di fasi di contrazione.

Ovviamente questa dinamica d'aumento dei costi di gestione conseguente agli investimenti non è la sola ragione della crisi attuale; la riduzione dei contributi dello Stato sia per i beni sia per le attività culturali aggiunge ulteriori difficoltà in questo quadro, reso turbolento dai seri problemi di bilancio della Città di Torino, successivi ai grandi investimenti per il rinnovo urbano e per i Giochi Olimpici, che impongono tagli dolorosi al complesso delle attività. A questa coincidenza di fenomeni, già sufficientemente complicati da fronteggiare, si aggiunge la crisi economica mondiale, che ha, tra gli altri effetti, una conseguenza diretta nella capacità di accantonamento delle risorse da parte delle fondazioni di origine bancaria e che non consente di ipotizzare un ruolo di “supplemento” economico rispetto alle contrazioni della spesa pubblica, nemmeno in funzione congiunturale e limitata nel tempo.

Se l'aumento dell'offerta e dei relativi costi di gestione è un fenomeno endogeno al settore culturale sul quale è possibile agire in qualche misura da parte degli attori coinvolti, le difficoltà economiche del Comune di Torino hanno cause esogene e lontane dal mondo culturale, così come la crisi economica incide direttamente anche sulle strategie delle fondazioni bancarie, ma le sue cause e le sue dinamiche si collocano al di fuori del livello locale di controllo.

Ciò non toglie che il mix di questi elementi, interrelati e interferenti, ma in qualche modo frutto di dinamiche e di processi autonomi, concorra a disegnare un quadro preoccupante di ridimensionamento della spesa, proprio quando le esigenze di gestione di un sistema di molto accresciuto negli anni nello stock delle sue componenti di offerta richiederebbero un salto di scala nella dotazione di risorse economiche.

LA SPESA PER LA CULTURA È TROPPO GRANDE?

Se il quadro descritto in precedenza riassume alcune tra le principali linee di tendenza, allora la domanda sulla appropriatezza dimensionale della spesa, l'interrogarsi se non sia stato fatto un passo troppo lungo, date le circostanze, è d'obbligo. A questa domanda, pur declinata in diverse accezioni e articolazioni, non è possibile rispondere che con una serie di NO successivi, che proveremo di seguito a elencare.

1) *NO in termini di dimensione complessiva*, a partire dall'esiguità della spesa statale per la cultura nel suo complesso (lo 0,34% del budget totale), rispetto alla quale, storicamente, il Piemonte non gode certo di una posizione di privilegio nella ripartizione dei fondi. Già solo il confronto con lo Stato francese, che spende per la cultura il 2,2% del suo budget, offre un parametro di riferimento, data anche la consistenza del patrimonio culturale italiano, come riportato nel Capitolo 2 di questa Relazione. Assunto che le Province non hanno mai svolto un ruolo centrale nel sostegno economico della cultura, anche la quota dello 0,68% destinata alla cultura dalla Regione Piemonte non appare tale da modificare sostanzialmente la situazione. È pur vero che l'insieme dei Comuni piemontesi spende il 4,5% del proprio budget in cultura, contro una media nazionale del 3,3%¹, ma i Comuni francesi al di sopra di 10 mila abitanti spendono in cultura una quota superiore all'8%. Diverso il caso della Città di Torino, che con il suo 5,7% destinato alla cultura sul totale del budget e con 138 euro di spesa per residente occupa, di fatto, la prima posizione all'interno delle città metropolitane italiane. Se però si allarga lo sguardo alla scala europea, si scopre che molte altre città, competitori rispetto a Torino, hanno investito in maniera altrettanto robusta e convinta nella cultura e spendono per i beni e le attività culturali quote rilevanti dei loro budget; basti ricordare Lione, con il 13,2% del budget speso in cultura per 256 euro pro capite, o il 7,6% di Glasgow per 299 euro di spesa pro capite. Bisogna invece sottolineare come in altre regioni italiane o all'estero non si ritrovi una compagine così nutrita di fondazioni di origine bancaria come in Piemonte, dove hanno sede due delle maggiori a livello nazionale, che rappresentano un pilastro fondamentale per il sostegno della cultura nel territorio regionale.

La composizione delle azioni di questi diversi attori può essere sintetizzata come segue: la strategia di investimento sui beni e sulle attività culturali ha sì promosso un aumento progressivo della spesa, che si è tradotto in un incremento fortissimo dell'offerta, ma che non ha assunto proporzioni preoccupanti né ha raggiunto soglie particolarmente elevate, soprattutto se si confronta la situazione piemontese con quella di altre regioni e città europee. Tale sforzo di investimento sulla cultura ha permesso di recuperare molte posizioni nel *ranking* europeo delle città culturali e di competere con altre capitali regionali, ma non può certo considerarsi un'esperienza riferibile alla sola città di Torino.

2) *NO rispetto a esigenze di risanamento del debito pubblico*. Si è visto in precedenza come la spesa culturale rappresenti quote frazionarie, sotto l'1% sia a livello nazionale sia a livello regionale. Anche il 5,7% dell'incidenza relativo al bilancio della Città di Torino, rispetto alla dimensione del debito, non sembra tale da poter offrire margini di azione significativa. Ipotizzando di azzerare completamente la spesa per la cultura per vent'anni, con il conseguente effetto di perdere qualche migliaio di posti di lavoro nei musei, nelle biblioteche e nelle istituzioni culturali, non si riuscirebbe a coprire comunque il disavanzo accumulato. Ciò non significa che non vi sia un problema di contenimento della spesa, un'esigenza di risparmio e razionalizzazione anche nel

¹ Fonte: ISTAT, vedi Capitolo 2.

sistema culturale; al contrario, la difficoltà di reperimento delle risorse impone una politica oculata di risparmi e allocazione delle risorse, ma il suo effetto sul risanamento del bilancio totale è paragonabile ad alcune gocce nel mare. Per contro, dal momento che la spesa culturale genera economie la cui ricaduta è percepibile solo al di fuori del settore culturale stesso, occorre valutare con grande attenzione dove risparmiare, per non indurre perdite economiche complessive ben superiori ai risparmi e ai tagli operati.

- 3) *NO rispetto a esigenze di sviluppo strategico.* Se vi è una minima attendibilità in tutte le tesi che vedono nell'aumento delle componenti immateriali e culturali, nell'incremento del capitale culturale e sociale i fattori competitivi per uno sviluppo strategico dei sistemi sociali ed economici, ciò che viene altrimenti indicato come "società della conoscenza", allora non v'è il minimo dubbio che l'investimento in cultura (e in istruzione, ovviamente) assuma un ruolo centrale e ineludibile. Si può, anzi è utile e doveroso, interrogarsi se sia la situazione attuale di ripartizione della spesa a garantire i migliori risultati per esigenze di sviluppo futuro, se sia necessario o meno rivedere profondamente i criteri di allocazione delle risorse, dibattere sulla valutazione e sulla misurabilità possibile dei risultati, ma difficilmente si arriverà alla conclusione che la spesa per la cultura vada ridotta drasticamente. Qui s'innesta una particolarità locale che varrà la pena ricordare. Tra i punti di debolezza nella strategia di incremento della spesa culturale dell'ultimo decennio si può annoverare una difficoltà a costruire un consenso generalizzato in questa direzione. Una parte consistente dell'opinione pubblica, confermata anche dalla posizione di alcuni *opinion leaders*, è rimasta fortemente scettica rispetto a uno sviluppo della componente culturale della città, considerato un lusso sovrastrutturale e futile a confronto delle attività "vere" della tradizione industriale, e magari si augura che "finisca la movida" per tornare a "cose serie". Questa contrapposizione di una Torino modaiola e futile, di una città "cicala" opposta a una città "formica" che lavora corrucciata e in silenzio, con tutto il suo portato moraleggiante, oltre a rivelarsi infondata, è una vera iattura culturale. Nessuna città contemporanea può rinunciare a una forte diversificazione delle sue attività e delle sue capacità produttive, né il perseguire uno sviluppo equilibrato e multisettoriale equivale a contrapporre branche di attività tra loro. Nessuno ha mai pensato che le attività culturali (anche se 35 mila addetti in regione afferenti in qualche modo a questo settore non sono proprio un numero trascurabile) potessero sostituire le attività industriali o dovessero prenderne il posto. Allo stesso modo il turismo, in passato settore particolarmente sottodimensionato (al di fuori di precise nicchie) per la città di Torino e per la regione, a fronte di grandi potenzialità merita un'attenzione specifica per il suo sviluppo, che proprio in questi ultimi anni, anche in sinergia con la cultura, mostra aspetti positivi di incremento. Senz'altro l'investimento nei beni e nelle attività culturali nel corso dell'ultimo decennio può avere generato enfasi e retoriche che hanno alimentato attese sovradimensionate in termini economici e che ora rischiano di far apparire deludenti i risultati pur apprezzabili che si iniziano a misurare; o ancora il grandissimo impatto mediatico dello scandalo del Premio Grinzane Cavour può aver confermato negli scettici la convinzione di un settore sovrastrutturale, inutilmente costoso e autoreferenziale. Tuttavia né il clamore scandalistico, né eventuali delusioni rispetto ad attese sovrastimate possono cancellare il tema di fondo, ovvero se e in che modo si debbano mettere in campo politiche volte a facilitare l'ingresso in una società della conoscenza e con quali requisiti gli investimenti in cultura concorrano a questa direzione strategica. Il controllo sugli sprechi e una programmazione attenta capace di valutare *ex ante*, *in itinere* ed *ex post* i risultati s'impone per la cultura, come per qualsiasi altro settore di attività, ma il nodo relativo alle politiche culturali per la società del futuro, anche in regime di scarsità di risorse, si ripropone persistentemente e attende risposte, sia sul piano teorico sia sul piano delle sperimentazioni e delle applicazioni.

Se dunque la spesa per la cultura, pur alla fine di un ciclo di grandi investimenti, non ha raggiunto soglie dimensionali incomparabili con altre città e regioni d'Europa, ciò vuol forse dire che siamo in presenza di una fase di carattere congiunturale e che sarà possibile entro breve riavviare una dinamica di segno positivo? Purtroppo anche a questa domanda non si può che rispondere in modo negativo. Le difficoltà finanziarie – con diversi gradi di criticità – coinvolgono tutti gli attori coinvolti nel finanziamento della cultura. Il disavanzo della Città di Torino e la contrazione di risorse della Regione Piemonte per altri Comuni pongono forti problemi di sostenibilità della spesa non solo per il settore culturale, ma per tutto lo spettro delle attività amministrative; i tagli ripetuti al FUS, se confermati dal Ministero, sono tali da mettere seriamente in forse la capacità di sopravvivenza degli enti storicamente più strutturati e dimensionalmente più grandi. Lo spettacolo dal vivo nel suo complesso, comunque, appare uno dei sub-settori culturali maggiormente esposti a rischi; per quanto non si possa ancora contare su dati consolidati, vi sono sintomi sufficienti per ipotizzare che gli effetti della crisi si facciano sentire distintamente anche nel reperimento di altre risorse, dalle sponsorizzazioni in denaro e in *kind*s, agli incassi da botteghino. In questa situazione, per mantenere i livelli di attività gli altri attori dovrebbero intervenire "in supplenza" aumentando le loro quote di finanziamento. Non potrà essere così per le fondazioni di origini bancaria, che vedono contrarsi significativamente le risorse a disposizione per effetto della crisi economica e, anche, per un possibile ridimensionamento strategico della spesa in cultura rispetto agli altri settori tradizionali di intervento. D'altro canto, da sempre le fondazioni hanno rimarcato un ruolo di programmazione e di intervento che non prevede ruoli di supplenza e di compensazione rispetto alla contrazione della spesa pubblica. Infine, è assai improbabile che la sola Regione Piemonte possa far fronte e compensare tutte le differenze negative che si verranno a verificare nel prossimo futuro. Se, quindi, di situazione congiunturale si tratta, è difficile prevederne la durata, poiché tutte le dinamiche locali si inseriscono in una situazione di crisi globale i cui confini non appaiono così chiari e definiti; è probabile, quindi, che si debba prevedere una fase di criticità non brevissima. Ciò che invece è evidente è che, per quanto congiunturale possa essere la situazione, i suoi effetti appaiono di carattere strutturale e rischiano di incidere pesantemente non solo sul volume delle attività culturali, ma sulla struttura patrimoniale delle stesse istituzioni culturali, minacciandone in alcuni casi l'esistenza.

UNA STAGIONE DI SCELTE DIFFICILI

Che fare, dunque? Occorrerà, senz'altro, non rassegnarsi a questa contrazione della spesa pubblica come se si trattasse di un evento naturale non arginabile: per quanto le ragioni siano molteplici come descritto in precedenza, si tratta comunque di scelte di ordine politico, che possono essere affrontate e discusse. Tuttavia, quella parte di opinione pubblica che si dimostra avversa a un ruolo forte della cultura esprime una criticità da non sottovalutare e un'esigenza da parte del mondo culturale di creare consenso, di spiegare le ragioni della propria attività, di mostrare in modo trasparente il proprio funzionamento e i risultati ottenuti, accettando la discussione sulla priorità degli obiettivi e una dialettica anche al di fuori del proprio pubblico consolidato. Sottovalutare questi aspetti di condivisione delle strategie e delle scelte potrebbe trasformarsi in un ostacolo difficile da rimuovere sulla strada di un rilancio delle risorse destinate alla cultura.

Occorrerà senz'altro razionalizzare la spesa, caso per caso, evitare gli sprechi, controllare nel dettaglio la congruenza tra costi/benefici e risultati attesi anche se, occorre rilevarlo, tutto ciò è una pratica diffusa capillarmente e coinvolge la stragrande maggioranza degli attori culturali e dei funzionari preposti all'amministrazione.

Gli scandali non costituiscono una regola, ma semmai l'eccezione e l'economia della cultura e dei beni culturali obbliga, spesso, a una gestione allo stesso tempo acrobatica e minuziosa, aprendo poche possibilità di arricchimenti individuali, salvo, ovviamente, eccezioni e pratiche illecite. Ciò vuol dire semplicemente che occorre vigilare più strettamente perché non vi siano eccezioni e distrazioni rispetto a una prassi che già oggi è in funzione e coinvolge a tappeto gli attori del mondo culturale. Tuttavia, razionalizzazione della spesa vuol dire anche revisione dei criteri di allocazione delle risorse e delle politiche a largo spettro. Valga un esempio per tutti: nel corso di questi anni, anche in funzione dei fondi europei (Fondi strutturali, Programmi Interreg) si è guardato alla cultura non solo in modo settoriale per il suo portato immateriale sul piano della conoscenza e della fruizione culturale, ma anche come motore e componente di sviluppo locale, in modo trans-settoriale o intersettoriale in connessione con il turismo e le attività produttive, le economie rurali e montane. In casi simili, gli operatori culturali hanno operato anche al di fuori dei loro campi d'azione, facendo spesso supplenza, ma stentando a coinvolgere in maniera piena e sinergica gli altri settori. Il binomio cultura e turismo ha popolato per lungo tempo i dibattiti, i progetti, le azioni dell'amministrazione della cultura e degli operatori culturali, ma ha coinvolto molto meno coloro che si occupavano della programmazione del turismo e delle attività a esso collegate. Progetti culturali motivati anche da una previsione di sviluppo forte del turismo, primo fra tutti il circuito delle Residenze Sabaude, sono stati avviati, sostenuti e realizzati con interazioni difficoltose con gli altri settori al di fuori della cultura; le difficoltà d'accesso a Stupinigi, con la linea 4 che fa capolinea a due chilometri dalla Palazzina di Caccia, la connessione con il Castello di Rivoli, i problemi d'accesso alla Reggia di Venaria Reale la dicono lunga sulle difficoltà di politiche integrate e intersettoriali. In questo quadro, spesso, la cultura ha agito in supplenza, certo risolvendo problemi contingenti, ma non riuscendo sempre a coinvolgere pienamente in dinamiche di sviluppo gli altri settori. Ciò è stato possibile anche grazie a una abbondanza di risorse per gli investimenti: in futuro, in una fase di contrazione della spesa, non vi sarà più questa possibilità. Sui progetti culturali che coinvolgono fortemente dinamiche turistiche dovranno intervenire le risorse e gli operatori propri del settore turistico, gli obiettivi andranno discussi non al tavolo dell'Assessorato alla Cultura, ma ai tavoli di programmazione intersettoriale, all'interno di strategie di sviluppo complessive che devono comprendere una partecipazione economica di tutti i settori interessati, ben conoscendo le difficoltà di questi processi e le loro dinamiche temporali.

Sebbene esistano, quindi, alcuni margini per un miglior indirizzo delle politiche, per una razionalizzazione della spesa e per un aumento di efficacia della stessa, non sembrano costituire una soluzione adeguata a fronteggiare lo stato attuale e le criticità del prossimo futuro. Molte istituzioni culturali hanno già reagito da tempo alla scarsità di risorse (che paradossalmente è endemica nel settore culturale anche in fase di crescita) con una profonda razionalizzazione della propria spesa, mettendo in atto politiche di contenimento dei costi e industrialandosi per mantenere i livelli di attività in equilibri difficoltosi con la quantità e i tempi di erogazione delle risorse pubbliche. Non ci si può nascondere che una riduzione progressiva delle risorse comporta, per queste istituzioni, un rischio di sopravvivenza reale e che risparmi significativi non sono operabili, a meno di riforme strutturali e ristrutturazioni profonde.

Proprio perché le scelte appaiono difficili, di grande portata e impegnative per tutto il mondo della cultura, è necessario più che mai mettere in campo una programmazione attenta a limitare al minimo i danni e a trovare i modi per non interrompere la crescita culturale di una regione e per non disperdere le eredità preziose di una grande sforzo di investimento. Non si può pensare di tagliare in modo generalizzato o di lasciar decidere agli eventi chi dovrà sopravvivere alla criticità attuali, senza correre il rischio di infliggere perdite strut-

turali pesanti e incontrollate all'intero mondo della cultura. Si profila una stagione di scelte difficili che devono essere affrontate in modo opportuno e con un processo condiviso. Cosa fare nelle politiche, nelle azioni e nell'operatività dev'essere il risultato di questo processo, ma qui, in questa sede è possibile e opportuno indicare almeno alcuni dei requisiti che dovrebbero definire l'alveo di questo processo. Indicheremo qui di seguito solo alcuni punti sintetici.

- 1) È necessario coinvolgere gli operatori e il mondo della cultura in questo processo decisionale, dando luogo a tavoli di discussione e negoziazione; molte decisioni influiranno in modo sostanziale sull'attività e sulla struttura delle istituzioni culturali. È fondamentale che gli operatori siano parte di questo processo decisionale e si impegnino su obiettivi realistici di riforma, alla costruzione dei quali possano dare il proprio competente contributo e rispetto ai quali possano prendere i conseguenti impegni.
- 2) La discussione deve assumere caratteri di trasparenza e deve coinvolgere una riflessione sulle politiche ma anche sul ruolo dei diversi operatori; non ci possono essere attori o istituzioni il cui ruolo non sia analizzabile, valutabile o discutibile, indipendentemente dalla dimensione.
- 3) Non è opportuno avviare processi di scelta separati per le grandi istituzioni e, successivamente, per tutti gli altri operatori: le soluzioni debbono riguardare la programmazione dell'intero mondo culturale, accettando le conflittualità e le concorrenzialità, ma evitando contrapposizioni e guerre tra categorie di operatori.
- 4) Allo stesso modo occorre evitare un tavolo dedicato a Torino con la sua area metropolitana e un'altra sede decisionale per il resto dei territori regionali. È il sistema culturale nel suo complesso che richiede una nuova fase di programmazione e il ruolo di capitalità del capoluogo rispetto al territorio regionale è uno dei termini di discussione del problema.
- 5) Occorre poter ridiscutere e analizzare con serenità le politiche culturali e le modalità consolidate di allocazione delle risorse, non perché vi sia un'esigenza di rivoluzione a ogni costo, ma perché è necessaria una valutazione che si astragga dai vincoli contingenti e dalle consuetudini consolidate per individuare quali siano i margini operabili per alcune mirate innovazioni.
- 6) Occorre promuovere una programmazione intersettoriale e far convergere le risorse degli altri settori, dal turismo alle infrastrutture, in tutti i progetti che si pongono come obiettivo anche risultati economici rilevanti per lo sviluppo di un territorio; un ruolo di supplenza della cultura rischia di esaurire risorse preziose senza dar luogo a risultati apprezzabili.
- 7) Occorre, da parte degli operatori culturali, una riflessione profonda sulla *mission* delle proprie istituzioni, sui risultati da ottenere, sul patto con il proprio pubblico, per poter indicare con trasparenza gli obiettivi della propria azione e i risultati attesi, ma anche per difendere il cuore della propria attività in una fase di turbolenza e poter adattare le traiettorie alle contingenze, senza smarrire la bussola della propria missione culturale.
- 8) Occorre una diversa politica di comunicazione con il grande pubblico, attraverso i media, che faccia il punto sulle trasformazioni in atto e che riporti le problematiche alle dimensioni adeguate, anche in termini economici: un intero anno di cultura in regione costa come una piccola infrastruttura, uno svincolo autostradale. Vigilare sull'efficacia della spesa e dei risultati è d'obbligo, ma anche evitare drammatizzazioni e conflitti inesistenti come quelli tra un mondo del lavoro che accumula risorse e un mondo culturale e della movida che si pone in posizione sovrastrutturale e di pubblico scialo. Comunicare senza retorica e sopravvalutazioni il ruolo della cultura, anche riguardo le dimensioni economiche di sviluppo, è una delle condizioni per rimuovere o non incentivare aversità strutturali agli investimenti in cultura.

I risultati di un processo decisionale che si muova all'interno di questi confini non sono anticipabili, altrimenti si tratterebbe esclusivamente di una forma di comunicazione e costruzione di consenso attorno a scelte già operate; di conseguenza è difficile giudicare se questo processo possa portare a soluzioni adeguate alle trasformazioni in corso. Siamo invece sicuri che si tratti di condizioni almeno necessarie, se non sufficienti, per trasformare una situazione critica in una opportunità di ripensamento profondo delle politiche culturali, dei loro effetti e del ruolo degli operatori culturali. In questo contesto l'Osservatorio Culturale del Piemonte, per quanto soggetto necessariamente caratterizzato da una posizione di terzietà tra attori culturali e finanziatori pubblici e privati della cultura, non è estraneo alle turbolenze contingenti, né tantomeno vuole giocare un ruolo di sola descrizione delle dinamiche e degli scenari. In questo processo, anche le conoscenze accumulate, gli scenari elaborati o ancora da elaborare possono giocare un ruolo importante nella valutazione e nella progettazione di nuove traiettorie. La disponibilità a condividere responsabilità d'immaginazione del futuro ci sembra perfettamente compatibile con un ruolo di osservazione; a sua volta l'Osservatorio è continuamente osservato e valutato, dai propri partner e finanziatori *in primis*, e anche in questo caso si potrà valutare l'effettivo contributo e la sua utilità.

BIBLIOGRAFIA

FONTI STATISTICHE

ISTAT, *Annuario statistico italiano 2008*. Roma: ISTAT, 2008.

ISTAT, *Annuario statistico italiano 2007*. Roma: ISTAT, 2007.

ISTAT, *Annuario statistico italiano 2006*. Roma: ISTAT, 2006.

ISTAT, *Bilanci consuntivi delle regioni e province autonome – Anno 2007*. Roma: ISTAT, 2009.

ISTAT, *Conti economici regionali – Anni 2006-2007*. Roma: ISTAT, 2009.

ISTAT, *I bilanci consuntivi delle amministrazioni comunali – Anno 2007*. Roma: ISTAT, 2009.

ISTAT, *I consumi delle famiglie. Anno 2006*. Roma: ISTAT, 2008.

ISTAT, *Indicatori regionali di contesto e variabili di rottura – Asse II Risorse Culturali – volume di lavoro impiegato nel settore ricreazione e cultura*. Pubblicato all'indirizzo www.istat.it/ambiente/contexto/infoterr/azioneB.html.

ISTAT, *Cultura, socialità e tempo libero. Indagine multiscopo sulle famiglie “Aspetti della vita quotidiana” Anno 2003*. Roma: ISTAT, 2005.

ISTAT, *La lettura di libri in Italia. Statistiche in breve*. Roma: ISTAT, 2007.

ISTAT, *Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione: disponibilità nelle famiglie e utilizzo degli individui. Statistiche in breve*. Roma: ISTAT, 2007.

ISTAT, *La produzione libraria nel 2005*, Roma: ISTAT, 2007.

ISTAT, *La stampa periodica e l'informazione on-line. Risultati dell'indagine pilota sui quotidiani on-line*, a cura di Fabrizio M. Arosio, Roma: ISTAT, 2004.

ISTAT, *Spettacoli, musica e altre attività del tempo libero. Indagine multiscopo sulle famiglie “I cittadini e il tempo libero” Anno 2006*, Roma: ISTAT, 2008.

ISTAT, *Statistiche culturali. Anni 2006*, Roma: ISTAT, 2008.

ISTAT, *Statistiche culturali. Anno 2005*, Roma: ISTAT, 2007.

IRES, *Piemonte economico sociale 2008*. Torino: IRES Piemonte, 2009.

IRES, *Piemonte economico sociale 2007*. Torino: IRES Piemonte, 2008.

IRES, *Piemonte economico sociale 2006*. Torino: IRES Piemonte, 2007.

LONDON SCHOOL OF ECONOMICS, *Museums and Galleries in Britain. Economic, Social and Creative Impacts*. London: Museums, Libraries and Archives Council, 2006.

MEDIA SALLES, *Annuario statistico del cinema europeo 2008. Final edition*. Milano: Media Salles, 2009.

MINISTERO DELL'ECONOMIA E DELLE FINANZE – RAGIONERIA GENERALE DELLO STATO, *Rendiconto generale dello Stato 2007*. Pubblicato all'indirizzo: www.rgs.mef.gov.it/VERSIONE-I/Bilancio-d/Rendiconto/2007/Conto-del-/index.asp.

MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI, *Programmazione ordinaria dei lavori pubblici*. Pubblicato all'indirizzo: www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/MenuPrincipale/Programmazione/Ordinaria/index.html.

MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI, *Relazione sulla utilizzazione del Fondo Unico dello Spettacolo. Anno 2007*. Roma: Ministero per i Beni e le Attività Culturali, 2008.

MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI, *Relazione sulla utilizzazione del Fondo Unico dello Spettacolo. Anno 2006*. Roma: Ministero per i Beni e le Attività Culturali, 2007.

MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI, *Relazione sulla utilizzazione del Fondo Unico dello Spettacolo 2005*. Roma: Ministero per i Beni e le Attività Culturali, 2006.

OCP, *Relazione annuale 2007*. Torino: IRES Piemonte, 2008.

OCP, *Relazione annuale 2006*. Torino: IRES Piemonte, 2007.

OCP, *Relazione annuale 2005*. Torino: IRES Piemonte, 2006.

REGIONE PIEMONTE, *Bilancio preventivo 2009 e conto consuntivo 2007*. Pubblicato all'indirizzo: www.regione.piemonte.it/datibilancio/dwd/dati.pdf.

REGIONE PIEMONTE – SVILUPPO PIEMONTE TURISMO, *Dati statistici sul turismo in Piemonte. Anno 2008*. Torino: Regione Piemonte, Agenzia Turistica Regionale per la promozione del Piemonte, 2009.

REGIONE PIEMONTE – OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE, *Dati statistici sul turismo in Piemonte. Anno 2007*. Torino: Regione Piemonte, Agenzia Turistica Regionale per la promozione del Piemonte, 2008.

REGIONE PIEMONTE – OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE, *Dati statistici sul turismo in Piemonte. Anno 2006*. Torino:

Regione Piemonte, Agenzia Turistica Regionale per la promozione del Piemonte, 2007.

SIAE OSSERVATORIO DELLO SPETTACOLO, *Annuario dello spettacolo 2008*. Pubblicato all'indirizzo www.siae.it/statistica.asp?link_page=Statistica_BibliotecaDelloSpettacoloDal2006.htm&open_menu=yes.

SIAE OSSERVATORIO DELLO SPETTACOLO, *Annuario dello spettacolo 2007*. Pubblicato all'indirizzo www.siae.it/statistica.asp?link_page=Statistica_BibliotecaDelloSpettacoloDal2006.htm&open_menu=yes.

SIAE OSSERVATORIO DELLO SPETTACOLO, *Annuario dello spettacolo 2006*. Roma: Artemide, 2007.

REGIONE PIEMONTE, ISTAT, UNIONE CAMERE COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO AGRICOLTURA DEL PIEMONTE, *Annuario statistico regionale. Piemonte in cifre 2008*. Torino: Regione Piemonte, 2008.

RAPPORTI E STUDI

ARGANO L., BOLLO A., DELLA SEGA P., VIVALDA C., *Gli eventi culturali*. Milano: Franco Angeli, 2005.

ARGANO L., BRIZZI C., FRITTELLI M., MARINELLI G., *L'impresa di spettacolo dal vivo*. Roma: Officina, 2003.

ASSOCIAZIONE CIVITA, *Fondazioni bancarie e cultura: un impegno di valore*, Milano: Sperling & Kupfer, 2006.

ASSOCIAZIONE DELLE FONDAZIONI CR PIEMONTESE, *Le Fondazioni Bancarie: quale spazio tra mercato e politica? Atti del convegno Torino, 29 ottobre 2007*, in "Piemonte 11", anno 6. Torino: aprile 2008.

ASSOCIAZIONE DELLE FONDAZIONI CR PIEMONTESE, *Osservatorio Fondazioni: quinto rapporto sulle attività delle fondazioni bancarie in Piemonte*, in "Piemonte 11", anno 6 (2008), ottobre.

ASSOCIAZIONE DELLE FONDAZIONI CR PIEMONTESE, *Osservatorio Fondazioni: quarto rapporto sulle attività delle fondazioni bancarie in Piemonte*, in "Piemonte 11", anno 5 (2007), ottobre.

ASSOCIAZIONE DELLE FONDAZIONI CR PIEMONTESE, *Osservatorio Fondazioni: terzo rapporto sulle attività delle fondazioni bancarie in Piemonte*, in "Piemonte 11", anno 4 (2007), gennaio.

ASSOCIAZIONE FRA LE CASSE DI RISPARMIO ITALIANE, *Dodicesimo rapporto sulle fondazioni di origine bancaria*. Roma: ACRI, 2008.

ASSOCIAZIONE FRA LE CASSE DI RISPARMIO ITALIANE, *Undicesimo rapporto sulle fondazioni di origine bancaria*. Roma: ACRI, 2007.

ASSOCIAZIONE FRA LE CASSE DI RISPARMIO ITALIANE, *Decimo rapporto sulle fondazioni di origine bancaria*. Roma: ACRI, 2005.

AIB, *Rapporto sulle biblioteche italiane 2004*, Roma: AIB, 2004.

AIE, *Catalogo degli editori italiani 2009*. Milano: Bibliografica, 2009.

AIE, *Dalla domanda di lettura alla domanda di cultura. Materiali per una discussione*. Milano: AIE, 2004.

AIE, *Rapporto sulla piccola e media editoria in Italia*. Milano: AIE, 2003 (Quaderni del "Giornale della Libreria", n. 6).

AIE, *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2008*. Milano: AIE, 2008 (Quaderni del "Giornale della Libreria", n. 18-19).

AIE, *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2007*. Milano: AIE, 2007 (Quaderni del "Giornale della Libreria", n. 16-17).

AIE, *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2006*. Milano: AIE, 2006 (Quaderni del "Giornale della Libreria", n. 14-15).

BARCA F. (a cura di), *Le TV invisibili. Storia ed economia del settore televisivo locale in Italia*. Roma: Rai-Eri, 2007.

CASINI V. & PARTNERS, *Il mio cinema 2008. Rapporto di ricerca*. Roma: Casini, 2008.

CASINI V. & PARTNERS, *Il mio cinema 2007. Rapporto di ricerca*. Roma: Casini, 2007.

CENSIS, *42° Rapporto sulla situazione sociale del Paese. 2008*. Milano: Franco Angeli, 2008.

CENSIS, *41° Rapporto sulla situazione sociale del Paese. 2007*. Milano: Franco Angeli, 2007.

CENSIS, *40° Rapporto sulla situazione sociale del Paese. 2006*. Milano: Franco Angeli, 2006.

DEPS, *Les dépenses culturelles des collectivités locales en 2006: près de 7 milliards d'euros pour la culture*, "Culture Chiffres", 2009-3.

La classifica internazionale del Giornale dell'Arte delle mostre più visitate del 2008, in "Il Giornale dell'Arte" n.286, aprile 2009, pp. 28-36.

La classifica internazionale del Giornale dell'Arte delle mostre più visitate del 2007, in "Il Giornale dell'Arte" n.274, marzo 2008, pp. 28-34.

La classifica internazionale del Giornale dell'Arte delle mostre più visitate del 2006, in "Il Giornale dell'Arte" n. 263, marzo 2007, pp. 32-38.

LABMEDIA, *Occupazione e formazione nella Regione Piemonte*. Pubblicato all'indirizzo www.labmedia.it/05/ricerche.asp#1.

COMPAGNIA DI SAN PAOLO, *Rapporto 2007*. Torino: Compagnia di San Paolo, 2008.

COMPAGNIA DI SAN PAOLO, *Rapporto 2006*. Torino: Compagnia di San Paolo, 2007.

COMPAGNIA DI SAN PAOLO, *Rapporto 2005*. Torino: Compagnia di San Paolo, 2006.

CORDONI G., ORTOLEVA P., VERNA N., *Le onde del futuro. Presente e tendenze della radio in Italia*. Milano: Costa & Nolan, 2006.

D'ERRICO A., STROCCO R. (a cura di), *Nero su Bianco 2008. Focus su editoria e lettori in Piemonte*. Torino: Union-Camere Piemonte e Biella Intraprendere, 2008.

DOXA, *Giovani e cinema*. Roma: Doxa, 2008, pubblicato all'indirizzo www.anica.it/news/anica.doxa.08.05.08.pdf.

DOXA, *Nuovo identikit dello spettatore. Fruizione cinematografica in sala e downloading da Internet*. Roma: Doxa, 2007, pubblicato all'indirizzo www.doxa.it/idee/anica_doxa.html.

DUBINI P., *Le strategie librerie dei quotidiani*, in *Tirature '05*. Milano: il Saggiatore-Fondazione Arnaldo e Alberto Mondadori, 2005, pp. 86-89.

L'EAU VIVE, COMITATO GIORGIO ROTA (a cura di), *10 anni per un'altra Torino. 2009 Decimo rapporto annuale su Torino*. Milano: Guerini e Associati, 2009.

L'EAU VIVE, COMITATO GIORGIO ROTA (a cura di), *Solista e solitaria. 2008 Nono rapporto annuale su Torino*. Milano: Guerini e Associati, 2008.

L'EAU VIVE, COMITATO GIORGIO ROTA (a cura di), *Senza rete. 2007 Ottavo rapporto annuale su Torino*. Milano: Guerini e Associati, 2007.

L'editoria in cifre, in "Libri e riviste d'Italia", 2/2006, pp. 47-56.

Falletti V., *L'editoria specializzata in Piemonte: prima indagine esplorativa*. Torino: Ires Piemonte, 2005 (Draft report).

FONDAZIONE CRT, *Bilancio sociale. Edizione 2007*. Torino: Fondazione CRT, 2007.

FONDAZIONE CRT, *Bilancio sociale. Edizione 2006*. Torino: Fondazione CRT, 2006.

FONDAZIONE CRT, *Bilancio sociale. Edizione 2005*. Torino: Fondazione CRT, 2005.

FONDAZIONE FITZCARRALDO, *Il pubblico di mostre e musei in Piemonte*. Torino: Città di Torino e Fondazione Fitzcarraldo, 2002.

FONDAZIONE LUIGI EINAUDI PER STUDI DI POLITICA ED ECONOMIA, *I comportamenti di consumo di contenuti digitali in Italia. Il caso del file sharin*. Roma: Fondazione Luigi Einaudi di Roma, 2007.

GALLINA M., *Organizzare teatro a livello internazionale. Linguaggi, politiche, pratiche, tecniche*. Milano: Franco Angeli, 2008.

GALLUZZI A., *Biblioteche per la città. Nuove prospettive di un servizio pubblico*. Roma: Carocci Editore, 2009.

GANDUGLIA A., *L'informazione radiofonica locale in Italia*. Bologna: Clueb, 2006.

GRASSO A., *La TV del sommerso – viaggio nell'Italia delle TV locali*. Milano: Oscar Mondadori, 2006.

GROSSI R. (a cura di), *Creatività e produzione culturale. Un paese tra declino e progresso. Quinto rapporto annuale Federculture 2008*. Torino: Allemandi, 2008.

GROSSI R. (a cura di), *La cultura per un nuovo modello di sviluppo. Quarto rapporto annuale Federculture 2007*. Torino: Allemandi, 2007.

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY, *Digital Music Report 2009*. London: IFPI, 2009.

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY, *Digital Music Report 2007*. London: IFPI, 2007.

ISTITUTO DI ECONOMIA DEI MEDIA, *Nono rapporto sull'industria della comunicazione in Italia. Dai tradizionali produttori di contenuti ai nuovi content aggregator*. Milano: Guerini e associati, 2006.

ISTITUTO DI ECONOMIA DEI MEDIA, FONDAZIONE ROSSELLI, *L'industria della comunicazione in Italia. Undicesimo Rapporto IEM. 1987-2008: le trasformazioni dell'industria della comunicazione in Italia*. Milano: Franco Angeli, 2008.

IRES, *Il ruolo dei megaeventi nello sviluppo urbano e regionale. Una lettura storica*. Torino: IRES Piemonte, 2008.

IRES, *Le strategie finanziarie dei comuni piemontesi*. Torino: IRES Piemonte, 2008.

IULM, *Economia della musica in Italia. Rapporto 2008*. Milano: Fondazione IULM, 2008.

Le librerie indipendenti. Seconda edizione, Allegato al "Giornale della Libreria" n. 5 (maggio 2006).

MDEIALAB, *Le professionalità audiovisive in Lombardia, 2006* Pubblicato all'indirizzo www.lombardia.it/O5/rierche.asp.

MAINI R. (a cura di), *Catalogo dei periodici italiani 2004*. Milano: Bibliografica, 2004.

NICITA A, RAMELLO G.B., SILVA F., *La nuova televisione. Economia, mercato, regole*. Bologna: Il Mulino, 2008.

ORTOLEVA P., SOLARI V., *Lavorare nei media, produrre cultura. Definizioni e indagini*, Milano: Franco Angeli, 2003.

OSSERVATORIO AIE SULL'EDITORIA DIGITALE, *Rapporto 2006. D.G. Digital Generation*, Milano: AIE, 2006.

OCP, *Il profilo dei visitatori e il marketing delle mostre a Torino*. Torino: Città di Torino e OCP, 2001.

OCP, *Indagine sul pubblico dei musei piemontesi*. Torino: OCP, 2009.

OCP, *Indagine sulla lettura in Piemonte. Leggere i lettori – prima fase*. Torino: OCP, 2009.

OCP, *Le Residenze Multidisciplinari*. Torino: OCP, 2008.

OCP, *Le Residenze Multidisciplinari*. Torino: OCP, 2007.

OCP, *Le Residenze Multidisciplinari*. Torino: OCP, 2006.

OSSERVATORIO DI PAVIA MEDIARESEARCH, *La buona tv in Piemonte. Indagine sui palinsesti di 20 emittenti locali piemontesi*. Pubblicato all'indirizzo: www.osservatorio.it/download/Rapporto_di_sintesi.pdf.

OSSERVATORIO DI PAVIA MEDIARESEARCH, *Donne e Tv. Riflessioni sull'emittenza locale*. Pubblicato all'indirizzo: www.osservatorio.it/download/DONNE_E_TV_Atti_del_Convegno.pdf.

PERESSON G., *Il problema è far leggere la gente*, in *Tirature '04*. Milano: il Saggiatore-Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, 2004.

RANGONE G., *L'editoria in Italia. Storia e scenari per il XXI secolo*. Napoli: Liguori Editore, 2005.

REGIONE PIEMONTE, *Piemonte e turismo. Scenari internazionali, trend dei mercati e prodotti turistici piemontesi*. Torino: Regione Piemonte, 2009.

SOLIMINE G., *La biblioteca. Scenari, culture, pratiche di servizio*. Bari: Laterza, 2008.

TOURING CLUB ITALIANO, CENTRO STUDI, *Dossier musei 2007*. Milano: 2007, pubblicato all'indirizzo www.touringclub.it/ricerca/dossier_index.asp?area=dossier.

TRANIELLO P., *La biblioteca pubblica in Italia: una nozione solo apparentemente semplice* in "Economia della Cultura", anno XIII, n. 3/2003, pp. 287-292.

UNIONE ITALIANA EDITORIA AUDIOVISIVA, *Rapporto 2008 sullo stato dell'editoria audiovisiva in Italia*. Milano: UNIVIDEO, 2008.

UNIONE ITALIANA EDITORIA AUDIOVISIVA, *Rapporto 2007 sullo stato dell'editoria audiovisiva in Italia*. Milano: UNIVIDEO, 2006.

VIGINI G., *L'editoria in tasca*. Milano: Bibliografica, 2004.

SITI INTERNET

Ministero per i Beni e le Attività Culturali: www.beniculturali.it

Ministero per i Beni e le Attività Culturali - SISTAN: www.sistan.beniculturali.it/

Regione Piemonte: www.regione.piemonte.it

Provincia di Alessandria: www.provincia.alessandria.it/

Provincia di Asti: www.provincia.asti.it

Provincia di Biella: www.provincia.biella.it

Provincia di Cuneo: www.provincia.cuneo.it

Provincia di Novara: www.provincia.novara.it

Provincia di Torino: www.provincia.torino.it

Provincia del Verbano Cusio Ossola: www.provincia.verbania.it

Provincia di Vercelli: www.provincia.vercelli.it

Comune di Alessandria: www.comune.alessandria.it

Comune di Asti: www.comune.asti.it

Comune di Biella: www.comune.biella.it

Comune di Cuneo: www.comune.cuneo.it

Comune di Novara: www.comune.novara.it

Comune di Torino: www.comune.torino.it

Comune di Verbania: www.comune.verbania.it

Comune di Vercelli: www.comune.vercelli.it

Agenzia delle entrate: www.agenziaentrate.it

Associazione Casse di Risparmio Italiane: www.acri.it

Associazione delle imprese radiofoniche e televisive locali, satellitari, via Internet, agenzia di informazione radio-televisiva e concessionarie pubblicitarie radiotelevisive: www.aeranti.it/frames.htm

Associazione Italiana Biblioteche: www.aib.it/

Associazione Italiana Editori: www.aie.it

Associazione Italiana Radio Locali "Amici della musica": www.airl-radiolocali.org/

Ateatro: www.ateatro.it

Biblioteche oggi: www.bibliotecheoggi.it/

Bologna Fiere: www.bolognafiere.it

Broadcast Production: www.broadcasting.it

Centro per il libro e la lettura: www.cepell.it

Coordinamento tra le Etichette Discografiche indipendenti: www.audiocoop.it/

CORECOM: www.consiglioregionale.piemonte.it/corecom/index.htm

Consorzio Radio Digitale: www.eurodabitalia.it/home

Dgtv: www.dgtvi.it

Emittenti radiofoniche in Piemonte: www.federicostella.it/f2.htm

Exibart: www.exibart.com

FAI - Fondo per l'Ambiente Italiano: www.fondoambiente.it

Federazione industria musicale italiana: www.fimi.it

Federazione Radio e Televisioni: www.frt.it/

Radio Televisioni Europee Associate: www.reasat.it

Fiera Internazionale del libro di Torino: www.fieralibro.it/

Film Commission Torino: www.fctp.it

Fondazione Circuito Teatrale del Piemonte: www.fondazionectp.it

Fondazione Teatro Ragazzi e Giovani: www.fondazionetrg.it

Il giornale della Libreria: www.giornaledellalibreria.it

Istituto Nazionale di Statistica: www.istat.it

ItaliaFestival: www.italiafestival.it

ITP - Investimenti a Torino e in Piemonte: www.itp-agency.org

Lingotto Fiere: www.lingottofiere.it

Media Salles: www.mediasalles.it

Ministero per i beni e le attività culturali – Area Spettacolo www.spettacolo.beniculturali.it/

Osservatorio permanente contenuti digitali: www.osservatoriocontenutidigitali.it

Osservatorio turistico regionale del Piemonte: www.regione.piemonte.it/turismo/osservatorio/index.htm

Piemonte digitale: www.piemontedigitale.it/

Radiotelevisioni Europee Associate: www.crdab.it/

Somedia: www.cinema.somedia.it/

Società Italiana degli Autori ed Editori: www.siae.it/

Stati generali dell'editoria: www.statigeneralidelleditoria.it

Sviluppo Turismo Piemonte: b2b.piemonte-turismo.it/?theme=piemonte-turismo

