

Osservatorio Culturale del Piemonte

La cultura in Piemonte

Relazione Annuale 2024/2025



L'Ires Piemonte è un ente di ricerca della Regione Piemonte disciplinato dalla Legge Regionale 43/91 e s.m.i. Pubblica una relazione annuale sull'andamento socioeconomico e territoriale della regione ed effettua analisi, sia congiunturali che di scenario, dei principali fenomeni socioeconomici e territoriali del Piemonte.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Alessandro Ciro Sciretti, Presidente
Giorgio Merlo, Vicepresidente
Giulio Fornero, Anna Merlin, Alberto Villarboito

COLLEGIO DEI REVISORI

Raffaele Di Gennaro, Presidente
Angelo Paolo Giacometti, Andrea Porta, Membri effettivi
Antonella Guglielmetti, Anna Paschero, Membri supplenti

COMITATO SCIENTIFICO

Antonio Rinaudo, Presidente
Mauro Durbano, Luca Mana, Alessandro Stecco, Angelo Tartaglia, Pietro Terna, Mauro Zangola

DIRETTORE

Sara Marchetti

STAFF

Marco Adamo, Stefano Aimone, Cristina Aruga, Maria Teresa Avato, Davide Barella, Cristina Bargerò, Stefania Bellelli, Marco Carpinelli, Marco Cartocci, Pasquale Cirillo, Renato Cogno, Alessandro Cunsolo, Elena Donati, Luisa Donato, Carlo Alberto Dondona, Paolo Feletig, Claudia Galletto, Anna Gallice, Martino Grande, Simone Landini, Federica Laudisa, Sara Macagno, Maria Cristina Migliore, Giuseppe Mosso, Daniela Musto, Carla Nanni, Daniela Nepote, Giovanna Perino, Santino Piazza, Sonia Pizzuto, Elena Poggio, Gianfranco Pomatto, Chiara Rivoiro, Valeria Romano, Martina Sabbadini, Rosario Sacco, Bibiana Scelfo, Alberto Stanchi, Filomena Tallarico, Guido Tresalli, Stefania Tron, Roberta Valetti, Giorgio Vernoni.

COLLABORANO

Ilario Abate Daga, Niccolò Aimo, Massimo Battaglia, Filomena Berardi, Debora Boaglio, Umberto Casotto, Paola Cavagnino, Stefano Cavaletto, Stefania Cerea, Chiara Cirillo, Giorgio Clemente, Claudia Cominotti, Salvatore Cominu, Simone Contu, Federico Cuomo, Elide Delponte, Shefizana Derraj, Alessandro Dianin, Giulia Dimatteo, Serena M. Drufuca, Michelangelo Filippi, Lorenzo Fruttero, Gemma Garbi, Silvia Genetti, Giulia Henry, Ilaria Ippolito, Ludovica Lella, Daniela Leonardi, Sandra Magliulo, Irene Maina, Nicola Narducci, Luigi Nava, Nicola Orlando, Mariachiara Pacquola, Miriam Papa, Monica Patrizio, Valerio V. Pelligra, Samuele Poy, Chiara Rondinelli, Laura Ruggiero, Arianna Santero, Paolo Saracco, Domenico Savoca, Laura Sicuro, Luisa Sileno, Chiara Silvestrini, Giuseppe Somma, Giovanna Spolti, Chiara Sumiraschi, Francesca Talamini, Anda Tarbuna, Nicoletta Torchio, Elisa Tursi, Silvia Venturelli, Paola Versino, Fulvia Zunino.

Il documento in formato PDF è scaricabile dal sito www.ires.piemonte.it

La riproduzione parziale o totale di questo documento è consentita per scopi didattici, purché senza fine di lucro e con esplicita e integrale citazione della fonte.

© 2025 IRES – Istituto di Ricerche Economico-Sociali del Piemonte
via Nizza 18 – 10125 Torino – www.ires.piemonte.it

La Cultura in Piemonte Relazione Annuale 2024-2025

© 2025 IRES
Istituto di Ricerche Economico Sociali del Piemonte
Via Nizza 18 - 10125 Torino

www.ires.piemonte.it

GLI AUTORI

Redazione a cura di Fondazione Fitzcarraldo ETS

Gruppo di ricerca

Luca Dal Pozzolo, Maria Giangrande, Simone Seregni, Anastasia Tikhankina, Elisa Toso, Lucia Zanetta

Rilevazione dati

Maria Giangrande, Simone Seregni, Anastasia Tikhankina, Elisa Toso, Lucia Zanetta

Elaborazione Testi

Luca Dal Pozzolo, Maria Giangrande, Simone Seregni, Elisa Toso, Lucia Zanetta

Elaborazioni Cartografiche

Elisa Toso

INDICE

GLI AUTORI.....	III
PREFAZIONE.....	VII
CAPITOLO 1	
SCENARIO.....	11
CAPITOLO 2	
MUSEI.....	25
CAPITOLO 3	
CINEMA.....	33
CAPITOLO 4	
BIBLIOTECHE.....	37
CAPITOLO 5	
SPETTACOLO DAL VIVO.....	41
CAPITOLO 6	
RISORSE PER LA CULTURA.....	47
CAPITOLO 7	
LA PARTECIPAZIONE CULTURALE PIEMONTESE NEL CLIMA DI OPINIONE IRES 2025.....	51
CAPITOLO 8	
CULTURA DIGITALE PER GLI OVER 60: UN'OFFERTA DEDICATA ANCORA DA COSTRUIRE*.....	55
CAPITOLO 9	
L'OFFERTA CULTURALE NELLE AREE INTERNE DEL PIEMONTE.....	61
CAPITOLO 10	
NOTA METODOLOGICA APPROFONDIMENTO AREE INTERNE.....	69

PREFAZIONE

La conoscenza è la condizione essenziale affinché le politiche culturali - a partire da quelle pubbliche - possano orientarsi con consapevolezza, cogliere le trasformazioni in atto e costruire strategie capaci di generare valore nei territori.

I dati raccolti dall'Osservatorio Culturale del Piemonte mostrano con estrema chiarezza come il mondo della cultura sia oggi segnato da dinamiche profonde: la crescita dei musei del Piemonte oltre i 7,7 milioni di ingressi, con un ruolo centrale di traino da parte del Sistema Museale Metropolitano, la tendenza positiva degli spettacoli dal vivo che, nel 2024, hanno supera i 3,8 milioni di tagliandi staccati, la vitalità dei sistemi bibliotecari con oltre 2 milioni di prestiti, il più prevedibile aumento dei consumi digitali, il ruolo dei grandi eventi musicali, la pressione crescente del turismo culturale concentrata su pochi poli, fino alle fragilità che attraversano le aree interne e i piccoli musei che faticano a recuperare i livelli pre-pandemici. Davanti a un paesaggio così articolato, la lettura integrata dei fenomeni diventa imprescindibile per sostenere scelte pubbliche fondate, lungimiranti e che impattino positivamente sul sistema.

L'Osservatorio offre ogni anno un patrimonio davvero unico di informazioni, che va ben oltre il mero monitoraggio di numeri e tendenze, ma scava tra i processi che li determinano. Le cifre relative alla partecipazione mostrano, per esempio, un Piemonte che, nella sua vivacità, segna differenze territoriali e sociali che meritano un po' di concentrazione: l'83% dei cittadini ha partecipato ad almeno un'attività culturale - e questo parrebbe un dato positivo -, ma la varietà di questi rimane piuttosto contenuta e le fasce più anziane registrano livelli di partecipazione più bassi. Le indagini restituiscono comportamenti in cambiamento - basti notare l'uso crescente delle piattaforme di streaming, l'ascolto podcast, l'utilizzo di videogame, l'intensificazione della fruizione digitale - che ridisegnano nuovi confini tra fruizione culturale in presenza e modalità alternative. Lo stesso vale per dinamiche come la forte concentrazione dei flussi turistici su punti di grande attrattività, l'emersione di fenomeni di eccessiva saturazione nei periodi di picco o le potenzialità - talvolta inesprese - del patrimonio culturale delle aree marginali, le quali sono però il più delle volte penalizzate dalla scarsità di servizi e dalle difficoltà legate alla continuità di apertura.

In ogni caso, non è intenzione dell'Osservatorio e di questa relazione il limitarsi ad un mero esercizio descrittivo: tutte queste informazioni e questi dati costituiscono uno strumento - che, riteniamo, essere ormai indispensabile - rivolto agli operatori culturali impegnati nella progettazione e nella programmazione delle attività. Conoscere meglio il proprio pubblico, capirne le abitudini, confrontarsi con l'offerta distribuita sul territorio, valutare l'impatto di iniziative come l'Abbonamento Musei o la Torino+Piemonte Card, leggere l'andamento dei prestiti bibliotecari o delle giornate di programmazione cinematografica - tutto questo consente di prendere decisioni più efficaci, tarare gli investimenti, costruire reti, intercettare bisogni latenti o emergenti. Il quadro che emerge dai dati, infatti, non è neutro né statico: suggerisce o, almeno, può far immaginare direzioni di intervento, segnala opportunità e criticità, indica dove le politiche pubbliche e quelle private possono risultare più incisive e dove, invece, serve immaginare nuovi strumenti o cambiare prospettiva.

A fronte di questo scenario, è a nostro parere imprescindibile l'ascolto del mondo culturale. Gli operatori, le istituzioni, le associazioni e le comunità locali sono i primi interpreti delle

trasformazioni in corso e i primi a percepirne rischi e potenzialità. Le evidenze sulla digitalizzazione - come, ad esempio, la marginale presenza di progetti tech-driven dedicati agli over 60, nonostante l'invecchiamento della popolazione e l'ampia diffusione di dotazioni digitali di base - mostrano come il dialogo con chi lavora quotidianamente nella cultura sia necessario per calibrare l'azione pubblica. Lo stesso vale per le aree interne, dove la presenza di musei, biblioteche o ecomusei non basta se non si garantisce continuità di apertura e condizioni adeguate di fruizione. Senza un confronto costante, i dati rischiano di fotografare situazioni senza incidere realmente sulla capacità dei territori di crescere e innovare.

Per queste ragioni l'Osservatorio vuole continuare a giocare in prima linea il ruolo di infrastruttura di conoscenza e di ascolto condivisa. Il nostro obiettivo è mettere a disposizione delle istituzioni regionali e locali, degli operatori culturali, delle Fondazioni, del terzo settore e delle comunità un patrimonio informativo solido, leggibile e utile alla costruzione di politiche capaci di affrontare il presente e immaginare il futuro.

Una cultura che sia accessibile, equa, diffusa - nei grandi poli come nei piccoli comuni - richiede visione, responsabilità e la volontà di costruire strategie basate su ciò che i dati ci dicono e su ciò che i professionisti della cultura ci aiutano a comprendere. Perché crescita del sistema culturale vuol dire crescita socioeconomica di tutta la comunità e perché se non si cresce tutti insieme, con equilibrio, si rischia di generare più danni che benessere

Alessandro Ciro Sciretti
Presidente IRES Piemonte



CAPITOLO 1

SCENARIO

CIÒ CHE DICONO I DATI

L'anno 2024, per ciò che concerne il comparto culturale in Piemonte nel suo complesso, mostra una situazione caratterizzata da una prevalenza di dinamiche positive che tendono a tracimare nelle proiezioni per il 2025 suggerendo un trend che non ha esaurito la sua forza.

È ciò che i dati dicono con una certa chiarezza, all'interno dei quali si possono individuare alcune tendenze più strutturali ed endogene, insieme ad altre di maggior contingenza, seppure potenti, come ad esempio il balzo in avanti delle spese d'investimento per la cultura, sensibilmente incrementate dai fondi PNRR.

La ripresa dopo il picco negativo degli anni del COVID appare completata e in quasi tutti i settori i livelli di consumo, di spesa e di produzione risalgono con maggiore o minore vivacità al di sopra dei risultati del 2019, pietra miliare della situazione *ex ante*.

Rallegrarsi è d'obbligo, ma c'è di più, una ragione di fondo che suggerisce una riflessione maggiormente articolata, anche se probabilmente più rischiosa, a proposito di ciò che i dati non dicono ad alta voce, ma bisbigliano, mormorano, lasciano immaginare. Non si tratta di torcerne il portato perché assumano toni oracolari, ma di evidenziarne semmai le sfide e i dubbi interpretativi, di darsi ragione delle contraddizioni, di leggere dietro ai numeri le persone in carne ed ossa e le società locali nel loro quotidiano, tutte cose difficilmente percepibili se ci si limita al confronto delle grandezze numeriche con l'anno precedente.

Tra le dinamiche di fondo che paiono influenzare anche i comportamenti di consumo e spesa nel settore culturale appare non così irragionevole considerare come l'uscita dai traumi dei lockdown non consista solo in una ripresa lineare dei consumi, ma anche in un sensibile cambiamento dei comportamenti quotidiani, in una revisione più o meno percepibile dei valori e delle priorità, in nuove abitudini innescate proprio dalla cesura del COVID, come una diversa familiarità con le esperienze all'aria aperta, e una residenzialità che si divide tra città e altre località e/o seconde case non esclusivamente durante i week end, a solo titolo esemplificativo, nonché una diversa ripartizione della spesa familiare. Ma c'è anche la forte pressione verso una maggior digitalizzazione di tutta la società, che interagisce con le dinamiche di invecchiamento della popolazione. Se, comunque, permane una maggior difficoltà delle fasce d'età più elevata nell'uso fluido e disinvolto del digitale, gli over 70 di oggi hanno incrociato la prima rivoluzione digitale e la diffusione di massa dei personal computer tra i trenta e i trentacinque anni, un'età lavorativa ancora troppo giovane per opporsi e rifiutare completamente l'innovazione. Il *divide* tra nativi digitali e immigrati digitali permane, e forse si allarga, ma la dimensione antropologica delle generazioni anziane è mutata per molti aspetti, anche e progressivamente in ragione di una più alta scolarizzazione.

È certo però che l'abbondanza di offerte culturali digitali disponibili in rete e sulle piattaforme abbia una incidenza non trascurabile nella ripartizione tra consumi a casa e fuori casa e induca a complessificare il mix di consumi anche quanto a modalità e luoghi di riferimento.

D'altro canto, che questo periodo sia caratterizzato proprio in Piemonte da una sensibile metamorfosi in corso al di sotto della superficie dell'evidenza e non solo nel comparto culturale è sostenuto con grande chiarezza dall'IRES nella Relazione Annuale del 2025, e nel successivo commento contenuto nella rivista Politiche Piemonte, laddove si sostiene che

“guardare il Piemonte oggi significa osservare una regione a un crocevia. Dietro le statistiche economico-sociali si nasconde una trasformazione profonda: un tessuto produttivo che cambia pelle, un mercato del lavoro che si ridisegna, una società che invecchia mentre cerca di attrarre nuove energie. È la storia di un territorio che per decenni ha fatto dell'industria automobilistica il proprio cuore pulsante e che ora deve trovare un nuovo equilibrio, mentre il mondo intorno accelera tra crisi climatica, rivoluzioni tecnologiche e tensioni geopolitiche crescenti”¹

CULTURA E PARTECIPAZIONE CULTURALE

La spesa delle famiglie

Tra i fattori che hanno influenza sulle scelte di consumo e la partecipazione alle offerte culturali, un peso significativo è rappresentato dalla disponibilità economica delle famiglie, erosa negli ultimi anni dalla crescita progressiva dell'inflazione e del fiscal drag.

“L'insufficiente crescita del reddito rispetto alla dinamica inflattiva fa sì che le famiglie, in particolare nelle classi di reddito basse e medie, incontrino sempre maggiori difficoltà nel mantenere inalterati i propri volumi di acquisto, specialmente nel caso di spesa per beni alimentari e altre spese necessarie.

Sono però presenti anche altri effetti, che tendono a rallentare ulteriormente la ripresa del potere di acquisto delle famiglie, e uno di questi è quello che in termini tecnici viene definito drenaggio fiscale.

Nella fase di ripresa post-pandemia siamo di fronte a un fenomeno di intensificazione del prelievo fiscale che nasce a causa dall'interazione tra inflazione e progressività del prelievo fiscale Irpef. Questa combinazione erode gli incrementi nominali delle retribuzioni da lavoro con conseguenze, come ve-dremo, importanti sulla loro dimensione in termini reali”².

In termini complessivi la spesa media mensile delle famiglie piemontesi nel 2024 ammonta a 2.623 euro, inferiore alla media italiana (2.755 euro) ma assai distanziata rispetto al dato della Lombardia (3.162 euro) e comunque sensibilmente al di sotto della media del Nord Ovest (2.973 euro).

In tutti i casi un sintomo delle criticità nella gestione economica delle famiglie è rilevabile nella contrazione della spesa mensile per la salute: 107 euro per il Piemonte nel 2024, rispetto ai 112 del 2023 e ai 113 del 2019; contrazioni anche in Lombardia 126 euro nel 2024 contro 130 del 2023, valore identico al 2019; 123 euro per il Nord Ovest nel 2024 contro i 127 del 2023; 116 euro a livello nazionale nel 2024 contro i 118 del 2023.

¹ Cristina Bargerò, *Politiche Piemonte. Come va il Piemonte*, N. 87, Torino, Ires Piemonte, 2025

² IRES Piemonte, *Piemonte Economico Sociale 2025*, Relazione Annuale, p 52.

Calano in tutti i casi, con accenti più o meno forti, le spese per l'abitazione, mentre aumentano diffusamente le spese per i trasporti. Aumentano in Piemonte, nel Nord Ovest e in Italia le spese alimentari, tranne che in Lombardia, mentre crescono ovunque le spese per i servizi ricettivi e la ristorazione.

In questo quadro la spesa delle famiglie per la ricreazione, sport e cultura cresce di pochissimo in Lombardia tra 2024 (137 euro) e 2023 (136 euro) ma supera sensibilmente la soglia dei 128 euro del 2019; resta stabile nel Nord Ovest oscillando negli anni 2019, 2022, 2023 e 2024 su livelli pari o di poco superiori a 120 euro e, similmente, in Italia l'oscillazione nello stesso periodo è tra 102 e 105 euro.

In Piemonte la dinamica di crescita dal 2022 (104 euro) al 2023 (106 euro) che faceva pensare a un lento e faticoso recupero verso la soglia dei 111 euro del 2019, ridiscende a quota 100 euro nel 2024.

Le oscillazioni quantitative anche modeste nelle diverse voci di spesa corrispondono nella gestione reale delle famiglie a un lavoro di adeguamento all'evolvere delle diverse contingenze, con variazioni delle precedenti gerarchie di importanza, ridefinizione di alcuni livelli di consumo, risparmi e nuove allocazioni della spesa che danno luogo a tracciati spesso non lineari e a una complessità difficilmente spiegabile e sintetizzabile in pochi tratti chiaramente evidenziabili.

La partecipazione alle attività culturali

Per quanto riguarda le attività culturali entro le mura di casa, l'ISTAT nel 2024 accredita il Piemonte di una quota di popolazione al di sopra dei 6 anni che legge almeno un libro all'anno pari al 46,2 % in calo di tre punti dal 49,2% del 2014³. Se il confronto con la media nazionale, nel 2024 attestata sul 40,4%, mostra quasi 6 punti in percentuale in più, non si può dimenticare che l'Italia nel suo complesso occupa la parte bassa della classifica europea in termini di lettura, con più di metà della popolazione che non legge nemmeno un libro in un anno⁴.

In forte calo anche la quota di popolazione che ha letto almeno un quotidiano alla settimana, in discesa in Piemonte dal 53,1% del 2014 al 26,4% del 2024⁵, in ragione anche della diffusione di news e quotidiani on line.

Mentre si mantengono quasi stabili i livelli di fruizione della TV poco sopra o poco sotto il 90% della popolazione e attorno al 60% per la radio, gli utenti regolari di Internet nel 2024 arrivano al 82,3% con una crescita di quasi 24 punti nel decennio, mentre la disponibilità in famiglia di almeno un computer non cresce con lo stesso andamento e si ferma per il Piemonte nel 2023 al 67,6%, poco sotto gli 11 punti percentuali in più rispetto a dieci anni prima.

Ciò indica un intenso uso di internet su altri *device*, tablet, ma soprattutto smartphone e sottolinea una lacuna rivelatasi decisiva durante i lockdown per la didattica a distanza, inaccessibile a un terzo delle famiglie italiane, in molti casi le più esposte a fenomeni di povertà culturale ed educativa.

Se invece si considera la partecipazione fuori casa il Piemonte nel 2024 fa registrare una differenza positiva nella visita a musei e mostre rispetto al dato nazionale (37,8% contro il 33,6%);

³ Nella rilevazione Istat sulla lettura di libri del 2014 non sono inclusi le categorie "e-book e audiolibri" presenti invece nelle indagini a partire dal 2015.

⁴ Fonte: elaborazione dati OCP su dati ISTAT – Indagine aspetti della vita quotidiana, 2024.

⁵ Fonte: elaborazione dati OCP su dati ISTAT, cit.

è inferiore invece di poco più di due punti rispetto all'Italia nel suo complesso la frequenza alle sale cinematografiche che si attesta al 43,4% della popolazione e al 22,6% per il teatro, 0,6% in più in confronto alla Nazione. Poco scarto per i concerti di musica classica 10,3%, mezzo punto in meno rispetto all'Italia, mentre risultano percentuali di partecipazione agli altri concerti per il Piemonte del 26,4% e per l'Italia 24,7%⁶. Questo dato unito all'andamento positivo delle vendite dei biglietti di eventi di musica certificato da SIAE testimonia una maggior presenza di Torino e del Piemonte nel circuito nazionale dei concerti di musica leggera e Rock.

Complessivamente se si segmenta la popolazione per fasce d'età, coloro che fruiscono di almeno un'attività culturale all'anno secondo quanto emerge dall'Indagine IRES sul clima d'opinione del 2025 relativa all'anno 2024, si collocano attorno a percentuali comprese tra l'87% e il 92% coloro che si raggruppano nelle fasce 18-24 anni (87%), 35-44 anni e 55-64 anni (89%), 25-34 anni (92%), mentre cala la partecipazione per gli over 64 al 73%⁷.

Nei termini della distribuzione territoriale sono i comuni al di sopra dei 100 mila abitanti a costituirsi come i luoghi di più intense attività culturali soprattutto per la lettura di libri ed e-book (43,6% della popolazione), per la frequenza alle sale cinematografiche, ai musei e allo spettacolo dal vivo, ma anche per la visione di spettacoli in streaming (18,77%) e per la visita virtuale a mostre e musei (11,79%). Sono invece i comuni tra i 30 e 100 mila abitanti a detenere il primo posto per la visione di film, serie TV e documentari in streaming, ma anche per l'ascolto di podcast. I comuni al di sotto dei 10 mila abitanti, invece, fanno registrare la più alta percentuale di giocatori ai videogames (15,80)⁸

Spettacolo dal vivo e Cinema

Se passiamo all'analisi dei consumi culturali a partire dai dati SIAE, emerge con forza il balzo in avanti dello spettacolo dal vivo che fa registrare 3,8 milioni di biglietti venduti nel 2024 con un incremento sul 2023 del 12%, a sua volta in crescita del 24% sui 2,73 milioni di biglietti del 2022, con una spinta considerevole da parte sia delle attività teatrali che della musica pop, leggera e rock. Una crescita non particolarmente rallentata dal costo medio dei biglietti, attestato su livelli non proprio popolari, se si divide brutalmente l'ammontare di 98,4 milioni di incassi al botteghino per i 3,8 milioni di biglietti venduti, quasi 26 euro, dato medio – che è bene ricordarlo – non tiene conto delle forti differenze di prezzo che intercorrono a solo titolo di esempio tra la prosa, la lirica, i concerti rock e il teatro di marionette. L'esplosione delle presenze agli spettacoli dal vivo all'uscita dei lockdown – soprattutto all'aperto – che si era già manifestata nell'estate del 2021 e aveva permesso di recuperare interamente i livelli di partecipazione già nel 2022, poteva all'epoca anche essere interpretata come una riappropriazione impetuosa di spazi di libertà, circolazione e socialità, fortemente compressi nei due anni precedenti con i lockdown e il dispiegarsi delle differenti restrizioni collegate.

La serie successiva, tuttavia, ha mostrato come quella sorta di liberazione dai vincoli di movimento e distanziamento non fosse solo un fenomeno contingente, ma l'innesco di una dinamica ascendente che portava a un incremento del 24% delle presenze del 2023 sul 2022 e a un ulteriore crescita del 12% nel 2024 fino ai 3,8 milioni di biglietti venduti.

⁶ Fonte: elaborazione dati OCP su dati ISTAT, cit.

⁷ Fonte: elaborazione OCP su dati IRES PIEMONTE - *Indagine sul clima di opinione*.

⁸ Ivi

Andamento di segno opposto per le sale cinematografiche secondo i dati Agis-Cinetel: i 7,2 milioni di biglietti venduti nel 2019 e crollati a 1,73 milioni nel 2021, sfiorando i 5 milioni nel 2024 si collocano ancora a distanza rispetto ai risultati del 2019, ma nei primi 9 mesi del 2025 si registra un'ulteriore flessione del 3,3 % rispetto al periodo corrispondente del 2024. Complessivamente il 2024 fa registrare una diminuzione di spettatori del 31,6% e una contrazione degli incassi del 25% rispetto al 2019.

Il non completo recupero dei livelli di partecipazione rispetto al 2019 non è fenomeno peculiare del Piemonte, ma rispecchia il dato nazionale (anche se il Piemonte mostra da sempre livelli più contenuti di partecipazione) e – per confronto – anche in Francia, nonostante una più positiva curva di ripresa, ancora nel 2023 non si raggiungono i livelli del pre-pandemia⁹.

Come per altre dinamiche relative a comportamenti sociali con profonde radici nei passati decenni (prima fra tutte la crescita del disagio giovanile) anche nel caso della frequenza alle sale cinematografiche il COVID ha svolto un ruolo di rottura e di accelerazione di fenomeni già in corso da tempo. In questa prospettiva l'investimento tecnologico negli impianti nelle sale e il gigantismo delle multisale non hanno impedito l'assottigliarsi dei flussi del pubblico in sala e la potente diffusione dei canali alternativi di distribuzione della fiction sulle piattaforme che hanno promosso una rilocalizzazione della fruizione, dalle sale cinematografiche con le conseguenti flânerie urbane al consumo tra le mura domestiche, o comunque delocalizzato rispetto alla sala tradizionale.

Nel lungo processo che parte dagli albori delle trasmissioni televisive e che passa per la videoregistrazione, fino ad approdare a dotazioni tecnologiche che, grazie alle piattaforme e alle smart tv, trasformano l'ambiente domestico in un luogo di fruizione della fiction mai così performante in passato, la sala cinematografica perde il primato di ultimo anello della catena, di luogo deputato e necessario a completare l'intera filiera del prodotto cinematografico: l'incontro con i fruitori.

Il film in sala è ora una scelta precisa e motivata per chi non è disposto a rinunciare alla qualità della proiezione, all'immersività, all'impatto del sonoro, e anche alla dimensione sociale, un pubblico che si avvicina sempre più agli amanti del teatro e ai fruitori dei concerti dal vivo.

Progressivamente meno diffusa l'abitudine alla serata settimanale al cinema, da scegliere sul momento, insieme agli amici o alla famiglia, come spazio dedicato alla cultura e al loisir, non necessariamente motivata da un particolare film, complice anche l'aumento dei prezzi, non tanto dei biglietti, ma dei consumi corollari, la cena, la pizza, i nomadismi della notte.

La conseguenza, tuttavia, non è un destino ineluttabile alla decrescita progressiva, ma una diversa modalità di fruizione che va interpretata e sostenuta. Anche nei momenti di flessione generalizzata della partecipazione vi sono sale che ottengono risultati brillanti in virtù di una attenta programmazione culturale, nel saper trasformare la sala in un luogo caratterizzato da ciò che va sotto il nome di "unicità": non solo proiezioni, ma attività connesse, offerta di programmazioni con modalità festivaliere, lezioni critiche, corsi, attività di quartiere, occasioni culturali capaci di motivare fortemente il pubblico dei cinefili e di coloro che si ritrovano in specifiche offerte culturali.

Per tornare a un esempio francese, nel caso Parigino, le sale del V^o Arrondissement, il Quartiere Latino, sono diffusamente assai affollate nonostante una programmazione che privilegia la

⁹ Fonte: Ministère de la Culture, Département des études, de la prospective, des statistiques et de la documentation, *Chiffre Clés 2024*, p.264

storia del cinema a partire dagli albori e non le ultime uscite. Certo, in questo caso la dimensione della città, della popolazione, della concentrazione di giovani e studenti che devono ancora scoprire il Falcone Maltese e Casablanca, non è confrontabile con la nostra scala urbana, ma indica comunque una prospettiva nella trasformazione dei comportamenti di fruizione.

Nonostante la produzione di film abbia subito anch'essa una contrazione negli ultimi anni, per la Film Commission Torino Piemonte il 2024 è stato un anno fortemente positivo che ha costruito le condizioni per un 2025 capace di mantenere le prospettive avviate. Ciò è stato possibile grazie a un incremento delle risorse investite da Regione Piemonte e Fondazione Compagnia di San Paolo indirizzato al Fondo per lo sviluppo dei Film e delle serie TV.

Anche solo i numeri delle principali attività fanno emergere con forza il ruolo propulsivo della Film Commission nella filiera e nella disseminazione di ricadute economiche su Torino e sul territorio regionale, rappresentato da 147 Comuni, in rappresentanza di tutte le province, aderenti alla Rete regionale di Film Commission Torino Piemonte.

228 produzioni sostenute, più di mille giornate di ripresa, 19 lungometraggi, 26 documentari, 55 cortometraggi, 122 spot pubblicitari e videoclip.

Al di là delle performance numeriche del 2024, assai significative in corrispondenza di una sensibile contrazione di tutto il comparto in ambito nazionale e internazionale, fattore significativo è l'ulteriore incremento di risorse per il 2025 che consente il consolidamento e una prospettiva di sviluppo nel l'anno in cui ricorre il 25° compleanno della Commissione.

Musei, turismo e overtourism

L'affluenza ai musei in Piemonte che tra il 2021 e il 2022, all'uscita dalle restrizioni pandemiche, aveva recuperato in un solo balzo più di tre milioni di biglietti venduti, già nel 2023 aveva superato i livelli del 2019, oltrepassando per la prima volta i sette milioni di visite. Nel 2024 la crescita si consolida ulteriormente con un 9% in più rispetto al 2023, toccando i 7,76 milioni di ingressi.

La spinta propulsiva è data dal Sistema Museale Metropolitano che da solo con 6,3 milioni di ingressi rappresenta più dell'80% del totale regionale, mentre il Sistema Museale Regionale, con una lieve flessione, torna con 1,4 milioni di visite poco sotto alla soglia del 2019.

Si conferma anche nel 2024 una differenziazione netta nell'accesso tra i musei della regione che mantengono una stabilità con piccole oscillazioni e il Sistema Museale Metropolitano caratterizzato da una crescita sensibile sostenuta anche dall'apporto del turismo e in particolare del turismo internazionale.

Infatti, nel 2024 sono quasi un milione gli arrivi dei turisti italiani nella città di Torino per un totale di 2,44 milioni di presenze, mentre gli stranieri seguono a ruota con 2 milioni di presenze¹⁰.

Occorre notare, tuttavia, che la crescita del turismo riguarda l'intero Piemonte, come descritto all'interno del rapporto annuale dell'IRES:

“Il Piemonte ha ottenuto risultati particolarmente brillanti, affermandosi come una delle regioni italiane più dinamiche in ambito turistico. Nel 2024, la regione ha registrato oltre 6,28 milioni di arrivi e 16,89 milioni di presenze con una crescita rispettivamente del 3,6% e del 4,1% rispetto

¹⁰ Fonte: Osservatorio Turistico della Regione Piemonte, *Movimenti turistici dei clienti negli esercizi ricettivi. Dati comunali - Anno 2024*, <https://www.visitpiemonte-dmo.org/wp-content/uploads/2025/03/Movimenti-Turistici-nei-Comuni-Anno-2024.pdf>

all'anno precedente. (...) Uno dei fattori chiave di questa crescita è stato l'aumento del turismo internazionale, che nel 2024 ha rappresentato il 53% delle presenze complessive¹¹.

In questo quadro Torino e Provincia totalizzano poco meno del 45% delle presenze e quasi il 46% degli arrivi ma è da rilevare come

“Il turismo esperienziale si conferma un segmento dalla crescita evidente, come dimostrano i numeri positivi registrati nelle Langhe, nel Monferrato e nel Roero, oltre 690.000 arrivi e 1,5 milioni di presenze, con aumenti rispettivi del 4,0% e del 5,1%. a testimonianza del fatto che i turisti sono sempre più attratti da esperienze autentiche e sostenibili oltre che dall'offerta enogastronomica d'eccellenza¹².

Se si confrontano questi dati con le diverse dinamiche degli afflussi ai musei, emerge come Torino abbia ormai consolidato un'attrattività fortemente legata alle sue risorse culturali, mentre l'elemento di forza del resto della regione risieda maggiormente nei caratteri ambientali, naturali e paesistici del territorio e nella fama delle risorse enogastronomiche.

Nonostante la grande differenza nella dotazione di musei e beni culturali di Torino in confronto al resto della regione che ha ovviamente un peso determinante, la stabilità degli afflussi ai beni e ai musei extra metropolitani, seppure in presenza di incrementi vivaci del turismo negli stessi luoghi, è tuttavia un sintomo delle diverse attese nei confronti delle mete prescelte e di un orientamento ad altri tipi di fruizione.

D'altro canto la distribuzione degli ingressi in relazione al turismo, soprattutto a Torino, è coerente con le presenze temporanee: i quattro musei-attrattori principali del Sistema Museale Metropolitano nel loro insieme toccano quasi i tre milioni di ingressi, pari al 39% del totale regionale e più nello specifico: il Museo Egizio nel 2024 totalizza 1.036.689 visite; il Museo Nazionale del Cinema 818.287; i Musei Reali 660.934; la Venaria Reale 501.787.

La polarizzazione su alcuni beni faro nella Città di Torino emerge ancor di più se si rileva come queste dinamiche di crescita si debbano a 19 musei (meno del 10% del totale) che totalizzano nel loro complesso il 73% di tutte le visite, mentre vi sono 93 musei (47% del totale) con meno di 5.000 visitatori ognuno che rappresentano il 2% delle visite annuali.

L'analisi dei dati dell'Abbonamento Musei e della Torino+Piemonte Card, – consolidata politica di successo nel sostegno della domanda – offre un'ulteriore prospettiva di valutazione.

L'Abbonamento Musei con 168.288 tessere vendute cresce nel 2024 del 10% rispetto all'anno precedente e supera la soglia di un milione di ingressi generati (1.033.107) un aumento del 14% rispetto al 2023, il che porta al 13% l'incidenza delle visite effettuate con l'Abbonamento, rispetto al totale del Piemonte. I dati dei primi mesi del 2025 fanno registrare un'ulteriore crescita del 7% delle visite rispetto allo stesso periodo del 2024.

Quanto alle modalità d'uso, 6,1 è il numero medio di visite nell'anno, con una polarizzazione – data la condizione di residenza in Torino e in Piemonte dei possessori – sui musei e i luoghi con una intensa attività espositiva, più che sui beni-faro di maggior attrattività.

Sono questi ultimi invece le mete privilegiate dai turisti che utilizzano la Torino+Piemonte Card e che, dopo una lieve flessione nel 2024 (69.284 card vendute per 322.961 ingressi) nei primi 9 mesi del 2025 mostra un trend in crescita sia sul 2023 che sul 2024.

¹¹Fonte: IRES Piemonte, *Piemonte Economico Sociale 2025*, Relazione Annuale, p. 59

¹² IBIDEM

La crescita degli afflussi museali, specialmente a Torino e nei grandi attrattori, ma non solo, rischia di raggiungere le soglie alte della capacità di accoglienza, sulla spinta di una crescita turistica progressiva. È un problema più complessivo, che non riguarda esclusivamente i musei, né risulta affrontabile a partire dal solo comparto culturale;

“Anche la pressione sulle infrastrutture turistiche, soprattutto nelle aree più frequentate come Torino e le Langhe o alcune stazioni sciistiche, solleva interrogativi sulla sostenibilità dell'attuale modello di sviluppo. Il rischio di saturazione, l'aumento del traffico e la concentrazione dei flussi in pochi periodi dell'anno potrebbero compromettere la qualità dell'offerta e incidere negativamente sull'ambiente. Servirà dunque una pianificazione attenta, capace di distribuire i visitatori nel tempo e nello spazio, incentivando la scoperta di territori meno conosciuti di cui la regione è ricca.

Inoltre, è necessario adottare politiche efficaci per tutelare il territorio e l'ecosistema. L'aumento dei flussi turistici comporta inevitabilmente una maggiore pressione sulle risorse naturali, sulla gestione dei rifiuti e sull'uso dell'acqua. La salvaguardia del paesaggio, della biodiversità e delle tradizioni locali deve diventare un punto fermo delle future politiche turistiche, promuovendo al contempo una cultura della responsabilità condivisa, sia tra gli operatori che tra i visitatori.

Infine, resta ancora da vincere la sfida della destagionalizzazione. Il turismo piemontese è tuttora fortemente concentrato in pochi periodi dell'anno, come l'estate o durante eventi di richiamo, con conseguenti problemi di sovraffollamento in alta stagione e scarsa redditività in bassa stagione”¹³.

Una politica di destagionalizzazione dei flussi e di redistribuzione delle visite nel tempo e anche nei luoghi della cultura sull'intero territorio regionale richiede una visione lunga, uno specifico approccio di marketing territoriale e la programmazione di attività capaci di costruire reti fortemente interconnesse: non si tratta di un'azione istantanea ma di una strategia di lungo periodo. I sintomi già chiaramente avvertibili, tuttavia, sottolineano la sua urgenza per prevenire fenomeni di *overtourism* che già ora affliggono grandi città d'arte e delicati borghi storici, minacciando la possibilità di uno sviluppo sostenibile del turismo, condizionando negativamente gli impatti economici e ambientali connessi.

Le risorse per la cultura

In estrema sintesi nel 2023 il totale delle risorse destinate alla cultura dall'insieme dei soggetti istituzionali è soggetto a un significativo avanzamento che tocca i 326,7 milioni, il 20,3% in più di euro rispetto ai 271,6 del 2022.

Fatta salva una flessione nelle erogazioni liberali e la stabilità dei contributi delle Fondazioni di origine bancaria, nel 2023 crescono le risorse dello Stato attraverso il FUS (+8,3%), i contributi della Regione Piemonte (+27,8), le Province (+10,1), ma soprattutto cresce l'apporto dei maggiori contribuenti, ovvero dei Comuni piemontesi, che tocca i 147,1 milioni di euro rispetto ai 107,9 del 2022, un balzo di poco meno di 40 milioni e pari a un incremento del 36,3%. Il dato del 2024 disponibile per i bilanci comunali fa registrare un ulteriore incremento nel 10,5% per un totale di 162,61 milioni di euro. È da evidenziare che il Comune di Torino rappresenta il 53,4% della spesa di tutti i comuni del Piemonte al di sopra dei 15.000 abitanti.

¹³ Ivi, pag.60

totale di 162,61 milioni di euro. È da evidenziare che il Comune di Torino rappresenta il 53,4% della spesa di tutti i comuni del Piemonte al di sopra dei 15.000 abitanti

In questa dinamica di crescita incidono sensibilmente i fondi del PNRR, puntualmente riscontrabili anche nella ripartizione della tipologia di spesa: nei comuni capoluoghi di Provincia del Piemonte la spesa in conto capitale nel 2022 ammontava al 9,66%, mentre quella corrente si attestava sul 90,34%; nel 2024 la spesa in conto capitale rappresenta il 39,84% del totale e la spesa corrente scende al 60,16%.

Questa forte spinta verso l'alto delle risorse per la cultura si inquadra all'interno dell'importo assegnato per questo capitolo al Piemonte pari a 175,5 milioni che comprende interventi per le strategie digitali, per la rimozione delle barriere architettoniche, per l'efficientamento energetico, per l'attrattività dei borghi, per la tutela e la valorizzazione dell'architettura, per i giardini storici, per la sicurezza sismica, per l'industria cinematografica e per il *capacity building* degli operatori.

Si tratta di un pacchetto sostanzioso di interventi ma che, tuttavia, è fortemente contingentato in un intervallo temporale molto breve e che, trattandosi di investimenti, genererà nel futuro una spesa corrente aggiuntiva per la manutenzione delle strutture realizzate o recuperate e per il mantenimento dei livelli di attività generati.

In termini strategici, il venir meno delle disponibilità economiche che hanno contribuito a mitigare alcune criticità strutturali negli ultimi anni, pone per il futuro un problema serio di sostenibilità in diverse regioni del comparto culturale e interroga il disegno delle politiche culturali sulle modalità di assorbimento di un possibile e improvviso shock nella disponibilità delle risorse.

FUORI DAL RECINTO

La disponibilità di dati e informazioni nell'ultimo decennio, grazie anche alla crescente digitalizzazione, offre maggiori possibilità di conoscenza e valutazione per il comparto culturale, prevalentemente oggetto delle politiche pubbliche.

Se questo processo mette a disposizione dei policy maker ricostruzioni più raffinate delle dinamiche interne a questo perimetro, non si può ignorare ciò che avviene al di fuori e che sfugge per larga parte ai monitoraggi e alle valutazioni, soprattutto in relazione alla crescita e alla diffusione di prodotti digitali e alle nuove modalità di fruizione che si vanno rapidamente formando.

Questa asimmetria conoscitiva produce una relativa cecità rispetto ai comportamenti culturali complessivi dei cittadini, all'impatto della cultura sulla società nel suo insieme. Se negli anni '70 il sapere mediamente in un anno quanti libri, quanti quotidiani, quanti spettacoli, quanta frequenza a musei, cinema e beni culturali poteva fornire una proxy accettabile per capire i comportamenti dei diversi gruppi di utenti e per le differenti fasce d'età, oggi la situazione è completamente mutata: ciò che sta fuori da questo recinto già rappresenta una dimensione soverchiante rispetto all'insieme dei consumi culturali tradizionalmente monitorati.

L'interesse a capire questa nebulosa (dal punto di vista cognitivo) non risiede nell'urgenza di disegnare politiche culturali indirizzate a prodotti che, nella maggior parte dei casi, trovano una sostenibilità forte e in grande espansione nelle dinamiche di mercato, quanto piuttosto nel capire in quale contesto culturale complessivo si collocano i prodotti sostenuti pubblicamente,

come stia mutando l'atteggiamento e la dieta culturale dei cittadini, quali sinergie siano immaginabili all'interno di una più vasta e sfumata fenomenologia della fruizione culturale.

Se dovessimo giudicare dell'interesse dei cittadini verso i problemi della contemporaneità, della politica, della storia, delle scienze sociali a partire dalle vendite e dalle letture della saggistica in Italia ne emergerebbe un paesaggio severamente confinato: non solo l'Italia si colloca agli ultimi posti della classifica europea quanto a cittadini che leggono almeno un libro in un anno, ma se si guarda alla produzione e alla vendita di saggistica si entra in una nicchia sicuramente minoritaria. Le tirature da poche migliaia di copie sono la regola per la grande maggioranza dei titoli, dove fanno eccezione i saggi relativi agli autori di grande notorietà, specie se televisiva.

Una situazione del tutto diversa riguarda, invece, i podcast la cui crescita è accelerata e i cui temi sono in buona parte sovrapposti agli argomenti della saggistica. Secondo gli ultimi dati della ricerca NielsenIQ per Audible, gli italiani che nel 2024 hanno ascoltato almeno un episodio di podcast sono 18 milioni, con una crescita del 75% rispetto al 2018¹⁴, una quota pressoché allineata al totale dei lettori di libri, probabilmente con una significativa sovrapposizione tra i due insiemi che, tuttavia, non ne riduce minimamente la portata.

Basti pensare che per il 62% degli ascoltatori il podcast è un appuntamento settimanale, mentre per il 16% è una fruizione quotidiana¹⁵ il che produce centinaia di migliaia di ascolti e l'emergere di superstar del genere, come nel caso del successo di Alessandro Barbero rispetto alla saggistica storica o di Elisa True Crime rispetto al noir o al giallo¹⁶.

Ma c'è un'altra componente che occorre considerare, ovvero l'effetto irraggiamento del podcast su altri tipi di fruizione culturale, come la partecipazione ai festival per seguire i propri autori prediletti, la presenza alle conferenze, l'affollamento nei teatri. Qualcosa di analogo alla funzione di relazione assunta dai libri nel passato recente rispetto agli altri generi culturali, dal cinema, alla musica allo spettacolo dal vivo, sembra oggi caratterizzare questa ascesa accelerata dei podcast come connettivo tra diversi generi e formati, come innesco di interessi e fruizioni culturali allargate¹⁷.

Se poi si considera il panorama dei contenuti video digitali - caratterizzato sempre più per formati brevi, con produzioni ottimizzate per piattaforme social come TikTok, Instagram Reels e YouTube Shorts - occorre fare i conti con centinaia di milioni di fruitori a livello globale che si concentrano anche su singoli titoli con impressionanti ordini di grandezza degli ascolti, e che coinvolgono fortemente le fasce di età più giovani, ma non solo. Pensate in un formato di breve durata e visualizzabili preferibilmente sulle device portatili, spaziano dai generi della narrativa, della fantascienza, dei manga e arrivano con i necessari adeguamenti narrativi fino ad essere utilizzati come strumenti di marketing e branding aziendale.

¹⁴ Fonte: <https://tg24.sky.it/lifestyle/2025/09/30/audible-podcast-ascolti-italia-dati>

¹⁵ Fonte: NielsenIQ per Audible

¹⁶ Tra i format, prevalgono i podcast di approfondimento (47%), informazione (42%) e inchiesta (40%), seguiti dall'intrattenimento (32%). Fonte: NielsenIQ

¹⁷ Secondo la ricerca Sbloccare il potenziale del podcast di Ipsos (https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2024-10/Ipsos%20Digital%20Audio%20Survey%202024_Deck.pdf), il 68% degli ascoltatori ha deciso di leggere un libro dopo averne sentito parlare in un podcast, una capacità di attivazione superiore a quella dei social media (59%). Inoltre, secondo OBE- Osservatorio Branded Entertainment (<https://www.aeranticorallo.it/il-podcast-in-italia-nel-2025-e-un-mezzo-consolidato>), nel 2025 il 50% degli ascoltatori ama consigliare podcast, il 52% ama riceverne consigli, e per il 46% sono argomento di conversazione.

L'istituzione di premi internazionali come lo Streamy Awards sottolinea la crescente importanza del genere.

Sia il podcast, sia i contenuti video web-based innovando il formato, mutano profondamente anche le modalità di fruizione. La loro dimensione compatta, da pochi minuti a mezz'ora, la loro portabilità legata all'impiego prevalente dello smartphone e delle cuffie ne fanno un genere "interstiziale" perfettamente adatto alle brevi attese (l'autobus, la coda, la sala d'aspetto) o alla sovrapposizione alle routinarie incombenze/attività quotidiane (la colazione, il cucinare, la spesa all'ipermercato, l'esercizio fisico, il camminare e ogni occupazione non particolarmente impegnativa sul piano cognitivo), diventando concorrenziali con il ruolo monopolistico che aveva la musica registrata, poi declinata nel Walkman, antenato dell'IPOD, successivamente cancellato dalla distribuzione della musica in streaming.

Podcast e contenuti video digitali, grazie alla loro adattabilità a occupare tutti gli interstizi e a sovrapporsi senza disagi ad altre attività espandono in misura consistente il tempo dedicato alla fruizione culturale, sfruttando le capacità multitasking ormai appannaggio di molta parte della popolazione e non solo dei giovani.

Per inciso, tutto ciò dissolve un pregiudizio assai radicato in passato, e cioè che la contemporaneità di fruizione e con altre attività fosse un connotato dell'intrattenimento: il tappeto sonoro, la compagnia della musica leggera, la televisione accesa nella stanza accanto, mentre per la fruizione della cultura "alta" fosse necessario un tempo dedicato: il film in sala, il concerto, ma anche la musica registrata ascoltata in momenti appositamente riservati, il teatro, la poltrona e il libro (con qualche sconfinamento in treno, in autobus e nel metrò).

In ogni caso in attesa della diffusione delle auto a guida autonoma che si presume libereranno quote consistenti di tempo passato al volante, almeno il podcast si offre docilmente ad adattarsi a una molteplicità di occasioni quotidiane, seguito a ruota con qualche vincolo in più da parte dei contenuti video digitali.

Tuttavia, se si allarga lo sguardo al mondo del digitale è necessario prestare attenzione al comparto del gaming, settore produttivo in netta ascesa in termini di fatturato e di fruitori anche in Italia e in Piemonte per diversi motivi.

In primo luogo perché, come già avvenne per i videoclip che, con la loro velocità, il loro montaggio frammentato e allusivo, hanno modificato profondamente le modalità di percezione delle immagini in movimento, i videogame sono destinati a creare per le generazioni più giovani nuove modalità di comportamento all'interno di un ambiente narrativo virtuale profondamente stimolanti anche sul piano cognitivo, come è ormai assodato da una molteplicità di studi e fonti, riducendo sensibilmente la paura di molti genitori verso un temuto effetto di catatonìa intellettuale, senza per questo sottovalutare possibili dipendenze e ludopatie, peraltro assai diffuse durante i passati lockdown.

In secondo luogo, il trattamento delle immagini, la proposizione di esperienze di *problem solving*, le narrative proprie dei videogame stanno entrando pervasivamente anche nei musei sia per veicolare contenuti complessi attraverso dinamiche di gioco, sia per rappresentare attraverso diversi multimedia fenomeni, fatti sociali, dinamiche culturali che stanno "dietro" ai reperti e che risultano non rappresentabili diversamente, a meno di non squadernare un corposo libro sulle pareti del museo, destinato unicamente a fare da tappezzeria.

Ma esiste una terza fattispecie che testimonia di una evoluzione dei videogames assai interessante per il futuro, che consiste nell'incorporare fatti, eventi, e luoghi un tempo esclusivamente presenti nel mondo fisico, e semmai solo riprodotti e trasmessi digitalmente.

È il caso della piattaforma Fortnite, che ha proposto nel novembre del 2024 un concerto in-game all'interno del *Fortnite Chapter 2 Remix The Finale*, nel quale si sono esibiti in formato digitale i rapper Eminem, Snoop Dogg, Ice Spice e Juice WRLD. Si stima che l'evento, durato circa dieci minuti, abbia segnato un nuovo record per un concerto live all'interno di un videogioco con la presenza di più di 14 milioni di giocatori¹⁸ e la necessità di pubblicare il video completo su youtube il giorno dopo.

Ma non è il solo esperimento crossover tra i generi; sempre sulla piattaforma Fortnite, Epic Games nel 2023 aveva distribuito gratuitamente *The Light in the Darkness*, un videogioco che ha come protagonista una famiglia ebrea polacca in Francia nel periodo dell'Olocausto, con materiali, fotografie e documentazioni sulle condizioni di quel preciso momento storico. A partire da quell'esperienza, per proseguire l'opera di informazione a contrasto delle tendenze antisemite diffuse tra i videogamer, ora i giocatori possono trovare sulla piattaforma "Voices of the Forgotten", un museo virtuale e visitabile dell'Olocausto, che riproduce in digitale l'organizzazione di un tradizionale museo storico.

Si tratterà in futuro di valutare quanti giocatori effettivamente visiteranno il museo, e quale sarà l'impatto, ma la incorporazione di formati e luoghi della cultura tradizionali all'interno dei videogame, già presente nel gioco *Assassin Creed*, con gli ambienti storici arredati secondo accurate ricostruzioni storiche e i quadri esposti alle pareti con succinte schede catalografiche, mostrano una permeabilità assai interessante tra ciò che una volta era considerata la "cultura" alta e i videogame, per lungo tempo considerati puro intrattenimento, nemmeno tangenti l'universo culturale.

Gli esempi qui citati non costituiscono un catalogo delle interazioni tra mondo digitale e mondo "fisico" della cultura anch'esso in espansione verso orizzonti di sviluppo digitale, al di fuori degli aspetti essenzialmente strumentali e di servizio, come la catalogazione, l'inventariazione e gli strumenti gestionali.

Questa strada fortemente promossa recentemente attraverso i fondi PNNR non è esente da difficoltà e frizioni, come dimostra, a titolo d'esempio, l'esperienza di MLOL, il sistema delle biblioteche di consultazione digitale e *digital lending*. Servizio di sicura utilità e di grande interesse per diverse tipologie di lettori, dagli appassionati di letteratura, ai ricercatori, agli studiosi, la sua crescita, pure sensibile, deve tuttavia fare i conti con la situazione complessa dei rapporti commerciali con gli editori e le relative condizioni contrattuali – e non ultimo di costo – applicate agli abbonamenti, al numero di titoli e al numero di e-book a disposizione per il prestito.

Come spesso accade nelle transizioni epocali, le dinamiche raramente si dimostrano lineari e l'adattamento dei formati, dei contenuti, delle modalità di fruizione alla rivoluzione digitale non è materia di semplice "traduzione", bensì implica un profondo cambio di paradigma che coinvolge sia i produttori, le istituzioni e gli attori del mondo culturale, sia – e in modalità differenziate – le diverse generazioni di fruitori.

¹⁸ <https://www.sentieriselvaggi.it/ultimo-concerto-di-fortnite-e-il-piu-visto-di-sempre/>

Comprendere queste dinamiche è fondamentale per ricostruire il paesaggio complessivo dei fenomeni culturali in un dato momento storico e in un luogo specifico e per orientare questi elementi di conoscenza alla riflessione sulle possibili evoluzioni delle istituzioni e delle attività culturali e sulle modalità di promozione della cultura nella società contemporanea.

La grande difficoltà sta nella scarsità e nella qualità dei dati a disposizione relativamente al mondo digitale, che costituiscono altrettanti ostacoli per elaborazioni adeguate alle esigenze di descrizione e valutazione accurata. I dati ci sono, certo, e si presterebbero a elaborazioni assai raffinate, ma sono perlopiù appannaggio delle big tech proprietarie delle grandi piattaforme, che si guardano bene dal diffondere informazioni circa le loro profilazioni, se non per alcune dimensioni aggregate poco significative. Conoscere il numero totale di abbonati all'una o all'altra piattaforma dice ben poco su come stia cambiando il rapporto dei cittadini con la cultura, se non alludendo a una crescita che messa in questi termini assomiglia più a una delle forze del destino che non un fatto sociale negoziabile e orientabile dalle diverse componenti politiche e sociali.

Rimane intatta, quindi l'esigenza di una conoscenza approfondita anche di ciò che sta fuori dal recinto conosciuto e studiato, e tuttavia, stante i vincoli sopra descritti, non resta che procedere attraverso studi etnografici di tipo longitudinale nel tempo, che prendano in considerazione direttamente le persone (prima ancora dei target) e ne ricostruiscano i comportamenti nel dettaglio per procedere, in un secondo tempo, sulla base delle diete culturali e dei comportamenti a ricostruire insiemi coerenti.

Una siffatta tassonomia, frutto di una riflessione fondata su queste conoscenze, potrebbe definire in futuro gruppi sociali, target, tribù culturali anche molto distanti e differenti dalle categorie che usiamo ora e che appaiono sempre più stereotipate e scolorite.

Si tratta di una rivoluzione negli strumenti di ricerca, (da aggiungere e non da contrapporre alle modalità attuali di rilevazione e analisi) che potrebbero ispirare un modo meno ancorato al Novecento di comprendere la contemporaneità.

Si tratta di indagini laboriose e costose in termini di tempo e di risorse, ma rappresentano, probabilmente, il necessario basolato che lastrica la strada maestra verso una possibilità di ridisegnare le politiche culturali per un mondo futuro, non linearmente coerente con il passato, ma in rapida trasformazione e attraversato da forti turbolenze.



CAPITOLO 2

MUSEI

Nel 2024, il sistema museale piemontese ha registrato complessivamente 7,76 milioni di ingressi, segnando un incremento del 9% rispetto all'anno precedente e del 22% rispetto al 2019. Questo nuovo traguardo consolida la crescita avviata nel 2023, primo anno in cui il numero di visitatori ha superato la soglia dei 7 milioni.

Il numero di musei monitorati dall'Osservatorio è aumentato, passando da 213 nel 2023 a 217 nel 2024.

IL SISTEMA MUSEALE METROPOLITANO: MOTORE DELLA CRESCITA REGIONALE

Il Sistema Museale Metropolitano (SMM), composto da 57 beni, **ha accolto nel 2024 6,3 milioni di ingressi**, pari all'82% del totale regionale, mentre il restante 18% (1,4 milioni di ingressi) è stato registrato nei 160 beni del Sistema Museale Regionale (SMR).

Il SMM comprende i principali musei di Torino città e alcuni importanti beni dell'area metropolitana torinese, tra cui Castello e Parco di Racconigi (Racconigi, CN), Castello Ducale e parco di Agliè (Agliè, TO), Castello di Rivoli e Casa del Conte Verde (Rivoli, TO), Palazzina di Stupinigi (Nichelino, TO), Castello di Moncalieri (Moncalieri, TO) e Infini.to (Pino Torinese, TO).

Rispetto al 2019, il SMM registra una crescita del 29,4% (+1,44 milioni di ingressi), mentre il Sistema Museale Regionale, dopo aver recuperato nel 2023 i livelli pre-pandemici, nel 2024 segna una contrazione del 3,6% rispetto al 2023, tornando sostanzialmente ai volumi del 2019 senza seguire la linea di crescita dell'area metropolitana.

LA DISTRIBUZIONE TERRITORIALE: LETTURA PER PROVINCE

Sul piano della distribuzione geografica per province, **nella provincia di Torino** (115 musei tra capoluogo, area metropolitana e resto del territorio) **sono concentrati 6,7 milioni di ingressi, pari all'86,2% del totale regionale**, in crescita rispetto all'82,9% del 2019 (+3,3 punti percentuali). In valori assoluti, **la provincia torinese cresce di oltre 1,4 milioni di ingressi rispetto al 2019 (+27,4%) e di 621 mila ingressi rispetto al 2023 (+10,2%).**

L'unica provincia che mantiene una massa critica significativa è **Cuneo**, con quasi **497 mila ingressi (6,4% del totale)** e una **crescita costante del 11,4% rispetto al 2019 e del 7,3% rispetto al 2023**. La provincia cuneese beneficia della presenza di attrattori diffusi sul territorio come i musei delle Langhe (WIMU a Barolo, Castello di Grinzane Cavour), il Castello di Racconigi e una rete capillare di 53 musei.

Segnali positivi emergono nell'alessandrino (+13,5% sul 2023) e nel biellese (+12,1% sul 2023, +8,8% vs 2019) pur non interessando tutti i beni presenti nei territori. Nel caso di Biella il risultato è trainato da Palazzo Gromo Losa, che registra una crescita esplosiva del 151% in un anno

passando da 13.500 a 34.000 visitatori in concomitanza alla presenza della mostra temporanea Banksy, Jago e TvBoy.

Verbanio-Cusio-Ossola (174.922 ingressi, 2,3% del totale) e Asti (130.849 ingressi, 1,7% del totale) mantengono volumi significativi, mentre le province di Novara (59.186 ingressi) e Vercelli (25.197 ingressi, dato che non include gli ingressi al Sacro Monte) registrano presenze più contenute.

Nel complesso, **Torino e Cuneo insieme concentrano il 92,6% di tutti gli ingressi museali piemontesi**, confermando un sistema fortemente polarizzato sul capoluogo regionale e, in misura minore, sulla provincia cuneese.

I GRANDI ATTRATTORI: OLTRE I 500.000 INGRESSI

A trainare il successo del sistema metropolitano sono stati i quattro grandi attrattori, che hanno mantenuto e consolidato la loro centralità nel 2024:

- **Museo Egizio:** 1.036.689 ingressi, si conferma il bene più visitato della regione e si attesta al settimo posto tra i musei statali italiani, superando stabilmente il milione di visitatori per il secondo anno consecutivo. Registra un lieve calo del 2,3% rispetto al picco record del 2023, ma mantiene una crescita del 21,5% rispetto al 2019.
- **Museo Nazionale del Cinema:** 818.287 ingressi (+8,4% vs 2023, +21,4% vs 2019), unico tra i grandi attrattori a mantenere una crescita costante e ininterrotta anno su anno, consolidando il suo ruolo come secondo polo di attrazione regionale, anche grazie alla presenza in corso d'anno di mostre di grande richiamo.
- **Musei Reali di Torino:** 660.934 ingressi (+5,5% vs 2023, +10,9% vs 2019), con una crescita solida e stabile che conferma l'attrattività del complesso museale.
- **La Venaria Reale:** 501.787 ingressi (+16,7% vs 2023, +8,7% vs 2019), protagonista di un significativo recupero nel 2024 che le permette di consolidare stabilmente la posizione di quarto grande attrattore superando la soglia dei 500.000 visitatori, soglia che nel 2023 non era ancora stata raggiunta.

Insieme, questi quattro beni rappresentano quasi 3 milioni di ingressi, pari al 39% del totale regionale.

Accanto a questi beni, si colloca un gruppo di 15 musei con un afflusso compreso tra 100.000 e 400.000 ingressi. Di questi, **solo due – i Giardini di Villa Taranto a Verbania (164.671 ingressi) e la Sacra di San Michele a Sant'Ambrogio di Torino (165.623 ingressi) – si trovano al di fuori del Sistema Museale Metropolitano**, rappresentando gli unici grandi attrattori diffusi sul territorio regionale.

UN SISTEMA MUSEALE CON DINAMICHE DIFFERENZIATE

Accanto ai grandi attrattori, il 2024 ha visto emergere alcune performance particolarmente positive: **il Museo Nazionale dell'Automobile** ha quasi raddoppiato i visitatori rispetto al 2019, conquistando stabilmente la quinta posizione nella classifica regionale; la **GAM - Galleria d'Arte Moderna**, con una programmazione espositiva ricca (4 mostre a pagamento e 6 integrate), ha segnato una crescita del 57% sul 2019 (+110 mila ingressi) e del 61% sul 2023.

Si consolida ulteriormente la capacità di richiamare pubblico del **Museo della Radio e della Televisione** e torna tra i primi dieci musei regionali per numero di ingressi registrati **il Museo Regionale di Scienze Naturali**, riaperto dopo anni di chiusura. Crescite significative caratterizzano anche la Basilica di Superga, il Museo Lavazza, la Pinacoteca Agnelli e Camera

- Centro Italiano per la Fotografia, confermando come i musei con programmazione espositiva attiva riescano a crescere anche in un contesto competitivo.

Se i musei piemontesi nel complesso risultano in crescita, emergono tuttavia alcune criticità: si evidenzia, infatti, come 83 musei - afferenti sia al perimetro metropolitano sia a quello regionale più ampio - non hanno ancora recuperato i livelli del 2019. Si tratta in prevalenza di beni di piccole e piccolissime dimensioni, ma la difficoltà tocca anche la fascia intermedia e alcuni musei più strutturati.

L'analisi della distribuzione per fasce di pubblico conferma un sistema fortemente polarizzato: nel 2024, si contano **93 musei con meno di 5.000 ingressi** (pari al 47% del totale dei musei monitorati) che **insieme generano solo il 2% degli ingressi totali**. All'estremo opposto, **19 musei con oltre 100.000 ingressi** (meno del 10% del totale) **concentrano il 73% di tutte le visite**.

Questa distribuzione evidenzia la **compresenza all'interno del panorama museale piemontese di grandi poli**, capaci di registrare "numeri importanti", **e di una rete diffusa di piccolissimi musei che**, pur generando volumi contenuti, **rappresentano un presidio culturale fondamentale sul territorio e garantiscono la capillarità dell'offerta**.

ANDAMENTO MENSILE

Si conferma nel 2024 la stagionalità del sistema museale piemontese, con il 33% delle visite annuali concentrate nei tre mesi primaverili (marzo, aprile e maggio). In questo periodo, il Sistema Museale Metropolitano registra da solo 2 milioni di ingressi, trainato da una duplice spinta: i ponti festivi (Pasqua, 25 aprile, 1° maggio) che attraggono flussi turistici verso il capoluogo, e le visite scolastiche che tra marzo e aprile sfiorano le 300.000 unità solo nel SMM. Questi dati confermano il ruolo di Torino come polo attrattivo privilegiato sia per il turismo culturale che per l'educazione al patrimonio.

IL RICHIAMO DELLE MOSTRE TEMPORANEE

Nel 2024 si contano nei musei del Piemonte 24 mostre con biglietto dedicato¹⁹ che hanno superato i 5.000 ingressi (erano 20 del 2023), **generando complessivamente 742.230 visitatori**. Le mostre sono state ospitate in 15 musei, con una forte concentrazione su GAM (4 mostre), Venaria Reale e Palazzo Madama (3 mostre ciascuno).

La distribuzione territoriale evidenzia la consueta concentrazione metropolitana: 13 mostre con biglietto dedicato a Torino città, 7 in provincia di Torino, 2 nel Cuneese e 2 nell'Astigiano.

Complessivamente sono **68 le mostre** con biglietto integrato, dedicato o gratuito che **hanno registrato più di 10.000 ingressi**. Queste mostre sono state ospitate in 23 musei e quasi tutte (64 su 68) concentrate in provincia di Torino; i musei più attivi sono stati Camera - Centro Italiano per la Fotografia (10 mostre), Palazzo Madama (9), Castello di Rivoli e GAM (6 ciascuno).

ANTICIPAZIONI 2025

Nei primi nove mesi del 2025, i 55 musei e beni culturali del Sistema Museale Metropolitano di Torino hanno registrato complessivamente 4,8 milioni di ingressi, confermando il trend positivo

¹⁹ Sono state considerate le mostre realizzate nei musei del Piemonte monitorati da OCP e per le quali era necessario un biglietto specifico (gratuito o a pagamento), rispetto a quello del percorso permanente.

degli ultimi anni: **+2% rispetto allo stesso periodo del 2024 e +31% sul 2019**. La crescita rispetto all'anno precedente interessa la maggior parte dei beni (33 su 55), segnalando un recupero diffuso che va oltre i grandi attrattori. Si conferma la marcata stagionalità delle visite, con il 44% degli ingressi concentrato nei tre mesi primaverili (marzo, aprile, maggio), periodo strategico per l'attrazione turistica e per le visite scolastiche. Resta elevata anche la concentrazione sui grandi attrattori: il Museo Egizio (20% degli ingressi totali), il Museo Nazionale del Cinema (11%), i Musei Reali e La Venaria Reale (9% ciascuno) accolgono insieme quasi la metà di tutti gli ingressi (49%).

ABBONATI, TURISTI E FAMIGLIE: IL PUBBLICO DEI MUSEI PIEMONTESI

Nel 2024 sono state vendute 168.288 tessere Abbonamento Musei (+9,7% rispetto al 2023), a cui si associano complessivamente 1.033.107 ingressi (+14,0% rispetto ai 905.928 del 2023). Gli ingressi con abbonamento rappresentano circa il 13% di tutti gli ingressi nei musei piemontesi, confermando la funzione di fidelizzazione dello strumento. La crescita degli ingressi superiore a quella delle tessere vendute indica un utilizzo più intenso da parte degli abbonati, che mediamente effettuano **6,1 visite all'anno**. I 3 musei più visitati con Abbonamento sono La Venaria Reale, Musei Reali e Palazzo Madama, dove si concentrano 3 ingressi su 10. **I dati provvisori dei primi nove mesi del 2025, con 831.000 ingressi effettuati con la card, segnano una crescita del 7% rispetto allo stesso periodo del 2024 e confermano il trend positivo.**

Le Torino+Piemonte Card, invece, mostrano un andamento opposto: **nel 2024 sono state vendute 69.284 card (-12,2% rispetto alle 79.000 del 2023), con le quali sono stati realizzati 322.961 ingressi (-5,0% rispetto ai 340.000 del 2023) in 49 beni culturali** monitorati, pari a circa il 6% delle visite totali in questi beni. I 3 musei più visitati con le card sono Museo Egizio, Musei Reali e Museo del Cinema, dove si è concentrata la metà delle visite. **I dati dei primi nove mesi del 2025 segnalano un'inversione di tendenza, con 255.834 ingressi** che rappresentano un +5,4% rispetto al periodo confrontabile del 2024 e un +2,27% sul 2023. L'andamento mensile degli ingressi conferma la forte connotazione turistica dello strumento: il 35% degli ingressi con card, infatti, si concentra tra aprile e maggio, in corrispondenza dei ponti di Pasqua e del 25 aprile.

Un'analisi delle visite per tipologia di ingresso rivela tre vocazioni distinte per i beni museali del territorio, e in particolare per quelli del Sistema Museale Metropolitano:

A) Musei attrattivi per la comunità locale e per le famiglie.

L'Abbonamento Musei rappresenta lo strumento privilegiato dei residenti: nel 2024, 12 musei registrano un'incidenza superiore al 30% degli ingressi con abbonamento, mentre 15 musei superano i 15.000 ingressi annui con questa modalità²⁰. In valori assoluti, La Venaria (92.000 ingressi) e i Musei Reali (72.500 ingressi) guidano la classifica, mentre in termini di incidenza percentuale emergono anche strutture di dimensioni più contenute, come Camera - Centro Italiano per la Fotografia e Fondazione Accorsi-Ometto.

Dal 2014 è attivo in Piemonte Nati con la cultura, un progetto concepito all'ospedale Sant'Anna di Torino dalla Fondazione Medicina a Misura di Donna Onlus e che dal 2015 ha visto l'adesione anche di Associazione Abbonamento Musei.

“Il progetto vuole stimolare la partecipazione culturale intesa come fattore di benessere fin dalla nascita, in alleanza educativa con le famiglie, la sanità e la cultura: i mezzi per

²⁰ Sono stati qui considerati esclusivamente i musei rientranti nel monitoraggio dell'Osservatorio Culturale del Piemonte e per i quali è disponibile il numero degli ingressi totali registrati nel corso dell'anno.

raggiungere questo obiettivo sono la consegna di un Passaporto Culturale che consente, per il primo anno di vita delle neonate e dei neonati insieme a due accompagnatori adulti, l'ingresso gratuito ai musei aderenti al progetto, e il loro accredito a Musei Family and Kids Friendly, ovvero una rete che prevede determinati standard di accoglienza per bambine, bambini e famiglie²¹."

Nel corso del 2024 Nati con la cultura ha contato 48 musei accreditati Family and Kids Friendly (+5 rispetto al 2023), 18 mila passaporti culturali scaricati e distribuiti a cui si associano 23 mila ingressi (+69% rispetto al 2023).

B) Musei attrattivi per i turisti.

La Torino+Piemonte Card intercetta i flussi turistici di breve durata: nel 2024, 11 musei superano i 5.000 ingressi con card. Dominano i grandi attrattori – Musei Reali (60.000 visite), Museo Egizio e Museo del Cinema – ma l'incidenza complessiva rimane contenuta: solo per 15 musei supera il 5% del totale, con un picco massimo del 13%.

C) Musei attrattivi per le scuole.

Nel 2024 il Sistema Museale Metropolitano ha accolto circa 500.000 visite scolastiche, pari all'8% del totale degli ingressi, con un gruppo di 4 musei che ha accolto circa la metà delle presenze nei musei associate alle scuole (24% Museo Egizio, 13% Museo del Cinema, 7% MAUTO e Museo Nazionale del Risorgimento Italiano). Alcuni musei mostrano una vocazione didattica particolarmente marcata, con le scuole che rappresentano oltre il 40% del pubblico totale: è il caso di MAcA - Museo A come Ambiente, MUSLI - Museo della Scuola e del Libro per l'Infanzia, Museo della Resistenza, Museo Casa Don Bosco e Infini.to. Anche sul resto del territorio regionale emergono istituzioni con un chiaro orientamento verso i più giovani. Tra queste, La Fabbrica dei Suoni e il MU-CH | Museo della Chimica si distinguono per la loro programmazione dedicata in modo prioritario a bambine, bambini e studenti.

TURISMO CULTURALE NELL'AREA DEL SISTEMA MUSEALE METROPOLITANO E SENTIMENT

Le elaborazioni della Camera di Commercio di Torino, realizzate attraverso lo strumento Data Appeal²² su 1.200 punti di interesse (POI) dell'area metropolitana di Torino, evidenziano un **livello di soddisfazione elevato per la categoria "attrazioni" nel periodo aprile-agosto 2025: 90,4 su 100**²³. Il valore si conferma stabile rispetto al 2024 e in crescita sul biennio precedente, segnalando un consolidamento della percezione positiva dell'offerta culturale territoriale.

Tra le principali attrazioni menzionate nelle recensioni online spiccano il **Museo Egizio** – terzo museo italiano più recensito nel 2024 con un sentiment di 93,1/100 – e la **Mole Antonelliana** – nona tra i beni italiani più recensiti con un sentiment di 94,4/100. Seguono il Museo Nazionale del Cinema, il MAUTO e altri musei del sistema metropolitano.

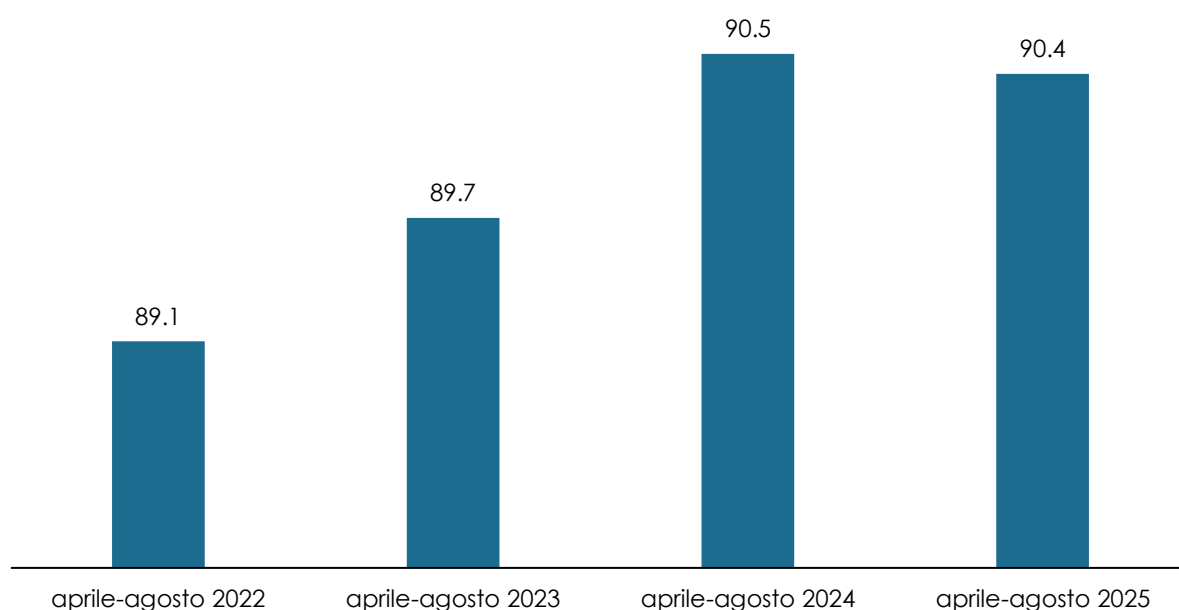
²¹ Associazione Abbonamento Musei, *Bilancio sociale 2024*, <https://s3.eu-central-1.amazonaws.com/abbonamentomusei.it/Bilancio+Sociale+2024.pdf>

²² Lo strumento di analisi territoriale raccoglie e analizza in tempo reale i dati qualitativi e quantitativi all'interno della destinazione monitorata in termini di sentiment (ovvero il livello di soddisfazione espresso dai viaggiatori tramite l'analisi semantica dei contenuti pubblicati online su un servizio, prodotto, marchio o territorio).

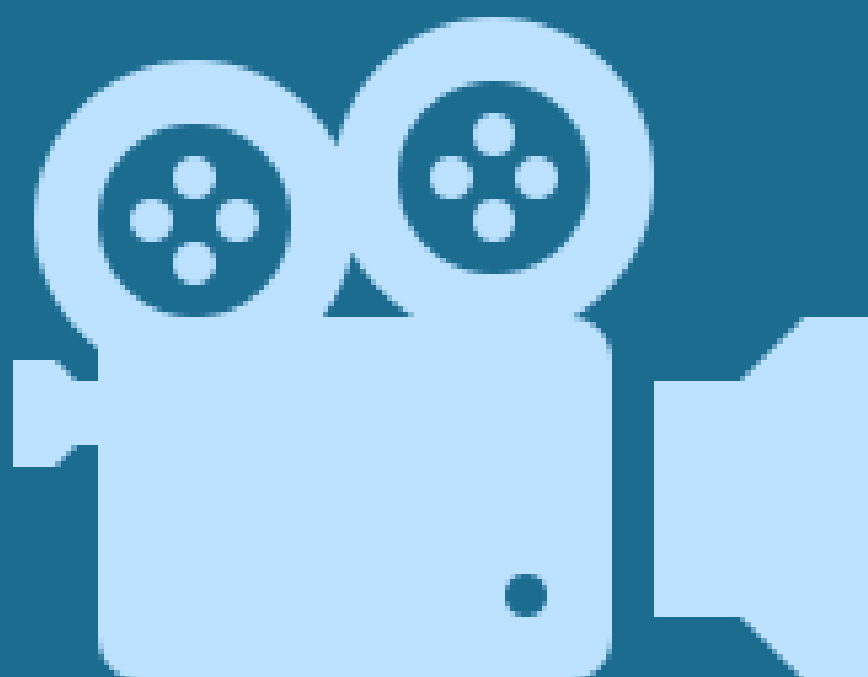
²³ Il livello di soddisfazione è associato al "Sentiment Score che analizza tutti i contenuti postati dagli utenti su oltre 130 fonti online, normalizza i punteggi e produce un indice sintetico da 0 a 100 (Data Appeal)".

L'analisi semantica delle recensioni evidenzia come **punti di forza** la **varietà** dell'offerta museale e monumentale, la **ricchezza artistica** e la **posizione strategica** e **accessibilità** dei beni culturali, percepiti come luoghi affascinanti e facilmente raggiungibili. Emergono tuttavia anche **ambiti di miglioramento**: i **tempi di attesa** vengono segnalati come criticità, con suggerimento di prenotare per evitare affollamenti, mentre alcuni aspetti legati alla **manutenzione** e pulizia degli spazi richiedono maggiore cura.

Fig.1 Sentiment espresso per le attrazioni presenti nell'area interessata dal Sistema Museale Metropolitano di Torino nel periodo aprile-agosto (2022-2025)



Fonte: Elaborazione Camera di Commercio di Torino su dati Datapeal



CAPITOLO 3

CINEMA

A livello nazionale, il 2024 si caratterizza per una sostanziale stabilità rispetto all'anno precedente. Secondo i dati Cinetel, con 1.305 cinema e 3.532 schermi, il sistema cinematografico italiano ha registrato 493,9 milioni di euro di incassi e 69,7 milioni di biglietti venduti. Le variazioni rispetto al 2023 sono minime: -0,4% negli incassi e -1,3% nelle presenze, nonostante l'incremento dell'offerta (+73 cinema e +47 schermi). Tuttavia, il confronto con il periodo pre-pandemico (2017-2019) evidenzia una ferita ancora aperta, con una riduzione del 16,6% negli incassi e del 24,2% nelle presenze. Il dato segnala chiaramente che, se la fase di recupero post-Covid ha portato a una stabilizzazione, il ritorno ai livelli precedenti appare ancora lontano.

Il contesto regionale presenta criticità ancora più accentuate: **nel 2024, i 95 cinema del Piemonte, con 253 schermi, hanno registrato 34,6 milioni di euro di incassi e 4,93 milioni di spettatori. Rispetto al 2023, il calo è più marcato di quello nazionale: -3,3% negli incassi e -4,4% nelle presenze**, a fronte di un numero di sale sostanzialmente stabile. Il dato è ancora più critico **se confrontato con il 2019: -25,2% negli incassi e -31,6% nelle presenze**²⁴.

La distribuzione territoriale evidenzia un **fortissimo accentramento metropolitano** con al centro la **Città di Torino**. Il capoluogo, da solo, **nel 2024 concentra il 42% delle presenze e il 42% degli incassi regionali** (2,05 milioni di spettatori e 14,5 milioni di euro. Il resto della Provincia di Torino contribuisce con un ulteriore 24% sia nelle presenze che negli incassi (1,18 milioni di spettatori e 8,3 milioni di euro). Complessivamente, la Provincia di Torino assorbe quindi ben il 66% degli incassi e il 65% delle presenze dell'intera regione, pur disponendo di 47 cinema sui 94 totali (metà delle strutture). Un elemento particolarmente significativo emerge dal confronto temporale: **la Città di Torino ha tenuto meglio rispetto al resto del territorio**. Nel confronto con il 2019, il capoluogo registra, infatti, un calo del 26% nelle presenze e del 16% negli incassi, mentre il resto della provincia segna perdite più marcate: -34% nelle presenze e -28% negli incassi.

Tra le altre province, Cuneo si colloca al secondo posto (12% delle presenze e 11% degli incassi regionali), seguita da Novara (7% per entrambi gli indicatori), Alessandria (5% presenze e 6% incassi), Asti e Biella (rispettivamente 4% e 3% per entrambi gli indicatori), Verbano-Cusio-Ossola e Vercelli (entrambe ferme al 2%).

L'analisi delle **variazioni temporali** mostra dinamiche eterogenee. Nel confronto 2024-2023, la provincia di **Alessandria registra il calo più marcato** (-17% nelle presenze), seguita da Asti e Novara. **Rispetto al 2019, invece, il vercellese e l'alessandrino evidenziano le perdite più importanti** (rispettivamente -46% e -45% nelle presenze). Il biellese, al contrario, mostra una tenuta relativamente migliore (-20%).

Guardando, invece, alle tipologie di cinema si conferma la netta **predominanza dei multiplex** (strutture con 8 o più sale), che **nel 2024 hanno concentrato il 43% degli incassi e il 39% delle presenze, pur rappresentando solo 8 strutture su 95. Le multifisala** (da 2 a 7 schermi) si confermano il segmento intermedio più rilevante, con il **47% degli incassi e il 49% delle presenze**. Le

²⁴ Fonte dati: Agis Piemonte Valle d'Aosta, Cinetel

monosala, pur rappresentando metà delle strutture censite (47 su 94), generano il **10% degli incassi** e il **12% delle presenze**.

Il confronto temporale rivela tendenze differenziate. Rispetto al 2023, tutte le tipologie registrano cali nelle presenze, con **le multisala 5-7 schermi che segnano la perdita più significativa (-8%)**. Tuttavia, **rispetto al 2019, le monosala mostrano la tenuta migliore** (-15,4% nelle presenze, -12,5% negli incassi), probabilmente grazie a una maggiore fidelizzazione del pubblico di prossimità e a un posizionamento su nicchie specifiche (cinema d'essai, circuiti di qualità), mentre le multisala con 5-7 schermi evidenziano le difficoltà maggiori (-40% nelle presenze rispetto al 2019).

La **classifica dei 20 film più visti in Piemonte nel 2024** conferma il ritorno del primato delle **produzioni americane**, dopo la parentesi del 2023 segnata dal successo del film italiano *C'è ancora domani*. **I primi tre posti sono occupati da film di animazione: Inside Out 2 (con oltre 492.000 spettatori e 3,6 milioni di euro di incassi), Oceania 2 e Cattivissimo Me 4**. I 20 film più visti hanno generato complessivamente 16,85 milioni di euro (48,6% del totale degli incassi regionali) con 2,30 milioni di spettatori (46,8% del totale). Questo dato evidenzia una **forte concentrazione della domanda su pochi titoli di punta**, con una conseguente marginalizzazione del resto dell'offerta. **Le produzioni italiane presenti in classifica sono solo quattro: Il ragazzo dai pantaloni rosa e Un mondo a parte** nella prima metà (con circa 80 mila spettatori e 540 mila euro di incasso ciascuno), *Diamanti e Parthenope* nella seconda metà.

ANTICIPAZIONI 2025

I dati parziali relativi ai primi nove mesi del 2025 restituiscono un quadro di luci e ombre per il cinema in Piemonte. Nel complesso, il **periodo gennaio-settembre 2025 registra 3,25 milioni di spettatori (con un calo del 3,32% rispetto allo stesso periodo del 2024) e 22,7 milioni di euro di incassi (-2,73% sul 2024)**. Il confronto con il 2019 evidenzia ancora una distanza significativa: -33,86% nelle presenze e -27,26% negli incassi, confermando che il ritorno ai livelli pre-pandemici rimane un obiettivo lontano.

L'andamento mensile mostra dinamiche differenti. Il primo quadrimestre dell'anno ha registrato performance incoraggianti: gennaio e febbraio hanno segnato crescite a doppia cifra rispetto al 2024 (rispettivamente +17,11% e +13,42% nelle presenze), mentre maggio ha fatto registrare il picco del +34,02% (ancora grazie ai film d'animazione, *Lilo & Stitch* in particolar modo). Al contrario, la stagione estiva - che l'anno precedente era stata caratterizzata da uscite di titoli di richiamo come *Cattivissimo Me 4* - ha evidenziato difficoltà marcate: giugno ha perso il 30,02% delle presenze rispetto al 2024 e agosto il 31,77%.



CAPITOLO 4

BIBLIOTECHE

Le **111 biblioteche civiche piemontesi monitorate dall'Osservatorio**, in collaborazione con la Direzione Cultura della Regione Piemonte, confermano e rafforzano, tra il 2023 e il 2024, la vitalità già emersa nel biennio precedente: sono infatti **in crescita gli iscritti attivi al prestito** nel 2024 (+11% rispetto al 2023) che raggiungono quota **245,3 mila**. Complessivamente l'indice di impatto²⁵ piemontese nel 2024 è del 9%, in leggero aumento rispetto al 2023 (+1%), ciò significa che **è il 9% della popolazione ad essere iscritto ai servizi bibliotecari** e ad aver preso in prestito un libro nell'arco del 2024. Tale capacità ha una distribuzione eterogenea nei vari territori: da un lato emergono sistemi bibliotecari come quello delle Valli di Lanzo con un indice di impatto del 24% e, dall'altro, reti bibliotecarie come quelle del Basso Novarese (2%) o del Monferrato (3%) con una scarsa capacità di penetrazione nelle comunità di riferimento.

Il **16,5% dei** piemontesi iscritti al servizio di prestito nelle biblioteche civiche **è over 60** mentre gli **under 14 sono il 17,2%**.

Rispetto alla fruizione, nel 2024 sono stati registrati più di **2 milioni di prestiti**, con una crescita rispetto all'anno precedente del 4,4%, di questi poco meno di un terzo sono stati realizzati da utenti over 60 e il 17% invece da ragazzi e bambini under 14.

Passando alla dimensione economica e occupazionale, le 111 biblioteche monitorate hanno occupato più di 1.000 risorse, tra personale dipendente e non, e hanno impiegato **risorse economiche pari a 21,8 milioni di euro**, con un decremento complessivo del 1,5% nel 2024 rispetto all'anno precedente. Dall'analisi delle tipologie di spese emerge che **le voci di spesa che hanno subito un calo considerevole** sono state quelle dedicate all'**incremento del patrimonio dovuto alla mancanza nel 2024 dei fondi ministeriali** per l'acquisto di libri, presente ancora al 2023 con 846 mila euro. Contestualmente i contributi regionali indirizzati all'aggiornamento del patrimonio librario seppur in aumento del 25% nel 2024 non hanno compensato il taglio dei fondi ministeriali.

²⁵ Con *Indice di Impatto* si intende la percentuale degli iscritti al prestito sul totale della popolazione residente.

Tab. 1 Iscritti, prestiti e spese delle biblioteche di pubblica lettura (2024)

PR	ISCRITTI ATTIVI AL PRESTITO	DI CUI ISCRITTI 0-14 ANNI	DI CUI ISCRITTI OVER 60 ANNI	PRESTITI LOCALI	DI CUI PRESTITI LOCALI 0-14 ANNI	DI CUI PRESTITI LOCALI OVER 60 ANNI	TOTALE SPESE	DI CUI SPESE GENERALI	DI CUI SPESE PER INCREMENTO PATRIMONIO	DI CUI SPESE PER ATTIVITÀ DI PROMOZIONE DELLA LETTURA
AL	30.974	680	1.846	67.343	5.755	33.153	1.659.988,98 €	1.553.275,27 €	106.713,71 €	47.697,24 €
AT	5.391	286	63	25.100	1.701	744	648.074,21 €	622.467,63 €	25.606,58 €	80.398,10 €
BI	5.608	1.712	1.247	95.296	32.116	27.975	148.340,32 €	111.055,59 €	37.284,73 €	0,00 €
CN	32.075	8.197	5.030	266.359	42.971	60.269	6.621.763,81 €	6.380.931,75 €	240.832,06 €	152.336,19 €
NO	11.906	3.612	2.840	123.405	34.219	44.439	1.790.441,57 €	1.618.185,52 €	172.256,05 €	116.745,13 €
TO	152.173	25.934	27.564	1.365.916	212.440	420.833	9.661.197,84 €	8.508.208,83 €	1.152.989,01 €	250.236,27 €
VCO	6.455	1.678	1.582	82.037	20.781	31.484	1.208.598,98 €	1.113.231,87 €	95.367,11 €	143.307,40 €
VC	794	111	253	19.850	1.275	4.781	68.349,79 €	54.201,41 €	14.148,38 €	0,00 €
TOT	245.376	42.210	40.425	2.045.306	351.258	623.678	21.806.755,50 €	19.961.557,87 €	1.845.197,63 €	790.720,33 €

Fonte: elaborazione OCP su dati MIC e Regione Piemonte - Settore Promozione Beni Librari, Archivistici, Editoria e Istituti Culturali

I servizi bibliotecari già da diversi anni non sono più solo ed esclusivamente fisici, ma anche immateriali, attraverso i servizi di digital lending ovvero il prestito (o la consultazione) di risorse digitali, come e-book, riviste e quotidiani on line, audiolibri e musica in streaming. Per le biblioteche, il digital lending ha una funzione strategica: rende infatti possibile ampliare le modalità di erogazione dei servizi contribuendo a sviluppare la funzione più generale di garanzia dell'accesso all'informazione.

In Piemonte nel 2024 i **servizi di prestito e consultazioni digitali offerti dalle biblioteche di pubblica lettura** attraverso la piattaforma MLOL sono diffusi in **16 sistemi territoriali e 3 biblioteche**, hanno fatto registrare **42 mila utenti unici** che hanno realizzato **61,3 accessi in media** nel corso dell'anno. Coloro che hanno preso in prestito un e-book sono stati 19,7 mila in aumento del 4% nel 2024 rispetto all'anno precedente, se da un lato aumentano gli utenti di e-book, dall'altro diminuisce il numero **medio di prestiti**, che si attesta a **6,7 nel 2024** (era invece 7,3 nel 2023). Questo dato certamente fa pensare ad un ampliamento della platea di lettori digitali, ma d'altro canto la diminuzione degli e-book potrebbe non essere legata a una diminuzione dell'intensità di lettura degli utenti quanto alle condizioni di prestito applicate - come ad esempio la finestra temporale di concessione - e dal numero di copie disponibili per ciascun titolo di ebook disponibile. Analogamente al prestito aumentano anche **gli utenti unici che hanno consultato riviste e quotidiani arrivano a più di 20 mila, con un incremento del 7% nel 2024 rispetto al 2023.**

MLOL ANTICIPAZIONI 2025

Dalla lettura dei dati relativi ai primi nove mesi del 2025 viene confermata la tendenza del 2024 rispetto al numero di utenti unici che hanno utilizzato almeno uno dei servizi offerti dalla piattaforma MLOL: sono stati 20mila in media gli utenti da gennaio a settembre 2025, mentre nel 2024 erano 17mila. Diminuiscono, invece, gli accessi alla piattaforma (- 3,2%), i prestiti di e-book (-7%) mentre aumentano le consultazioni di quotidiani e riviste dell'8%. Questi ultimi due

dati potrebbero essere frutto delle scelte di acquisto dei singoli sistemi, preferendo ad esempio investire le risorse maggiormente sul servizio di consultazione, sia alle condizioni contrattuali applicate sul numero di titoli e numero di copie di e-book disponibili per il prestito che potrebbero non soddisfare appieno le richieste dell'utenza. Certamente tali considerazioni rappresentano delle ipotesi interpretative che andrebbero verificate con analisi ad hoc.

Il 2025 ha visto la **nascita di BI.TO** - Biblioteche Integrate del Torinese la nuova rete che unifica il Sistema Bibliotecario Urbano di Torino (BCT) con il Sistema Bibliotecario dell'Area Metropolitana (SBAM). Grazie a questa integrazione, da tempo auspicata da professionisti e decision maker, è ora possibile accedere ai servizi di prestito fisico e digitale con un'unica tessera in più di **130 biblioteche** e avere a disposizione oltre 2 milioni di titoli, ricercabili e prenotabili mediante un solo catalogo. Alcuni primi piccoli risultati sono già evidenti dai **dati di utilizzo di MLOL di BI.TO: nelle prime due settimane** (dal 16 al 30 settembre 2025) di vita del sistema unificato, gli **utenti** che hanno utilizzato i servizi di digital lending sono **poco meno di 9mila**, e hanno generato **2 mila prestiti di e-book e 86,6 mila consultazioni di quotidiani e riviste**.

Tab. 2 Numero di accessi sulla piattaforma MLOL nei primi 9 mesi dell'anno e variazione di periodo (2024-2025)

Periodo	2024	2025	Variazione %
gennaio-settembre	1.955.972	1.894.267	-3,2%

Fonte: elaborazioni OCP su dati Sistemi Bibliotecari piemontesi

Tab. 3 Numero di prestiti sulla piattaforma MLOL nei primi 9 mesi dell'anno e variazione di periodo (2024-2025)

Periodo	2024	2025	Variazione %
gennaio-settembre	102.330	95.032	-7,1%

Fonte: elaborazioni OCP su dati Sistemi Bibliotecari piemontesi

Tab. 4 Numero di consultazioni totali di quotidiani e riviste sulla piattaforma MLOL nei primi 9 mesi dell'anno e variazione di periodo (2024-2025)

Periodo	2024	2025	Variazione %
gennaio-settembre	2.084.301	2.249.083	7,9%

Fonte: elaborazioni OCP su dati Sistemi Bibliotecari piemontesi



CAPITOLO 5

SPETTACOLO DAL VIVO

IL PUBBLICO DELLO SPETTACOLO DAL VIVO²⁶

Nel 2024 l'attività teatrale e concertistica in Piemonte raggiunge circa **16.200 rappresentazioni**, che hanno coinvolto **3,8 milioni di spettatori** e generato una **spesa al botteghino di 98,4 milioni di euro**. Rispetto al 2019, ultimo anno prima della pandemia, l'offerta cresce di oltre un terzo, la partecipazione di un quarto e i ricavi di oltre la metà. Anche rispetto al 2023 il percorso di recupero non si arresta: gli spettatori aumentano del 12% e la spesa del 20%. La **spesa media per spettatore** passa da 21,6 nel 2019 a 25,8 euro nel 2024, segnalando una disponibilità crescente a sostenere prezzi più elevati per l'esperienza dal vivo.

Collocando questi valori nel quadro nazionale, il Piemonte conferma un peso stabile: nel 2024 rappresenta il 7,4% degli spettacoli, il 6,7% degli spettatori e il 6,3% della spesa complessiva italiana. Le quote sono molto simili a quelle del 2019, a dimostrazione di una dinamica parallela a quella del Paese. Tuttavia, la crescita degli spettatori piemontesi (+26%) è più contenuta rispetto alla media nazionale (+42%), mentre la dinamica della spesa è in linea (+52% contro +57%).

All'interno di questo quadro complessivo, le differenze settoriali risultano decisive.

Il macro-settore della concertistica è quello che ha trainato la crescita regionale: tra 2019 e 2024 gli spettacoli aumentano del 65% e la spesa del 78%. È **soprattutto** la componente **pop-rock e leggera** ad assumere un ruolo dominante: nel 2024 concentra l'86% degli spettatori e il 94% della spesa del comparto concertistico, pari a quasi la metà del pubblico complessivo e a oltre la metà della spesa totale regionale (57%). In cinque anni gli spettacoli raddoppiano, gli spettatori aumentano del 54% e gli incassi dell'89%, con una spesa media che sale da 28,2 a 34,6 euro. Anche in questo caso la dinamica piemontese riproduce quella nazionale, ma con una concentrazione ancora più marcata su questo segmento.

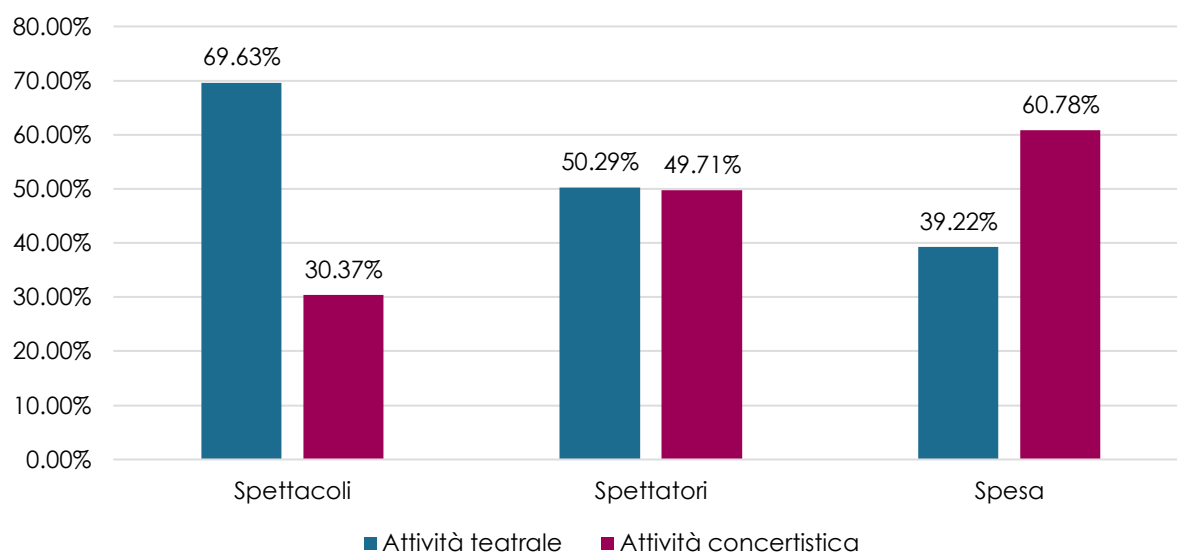
A titolo di confronto, nel 2019 i concerti pop-rock rappresentavano il 46% della spesa regionale, evidenziando come in soli 5 anni questo segmento abbia aumentato il suo peso economico nel settore (+11 punti percentuali).

Accanto alla crescita dei concerti, **il teatro mantiene la sua centralità**. Con oltre 11.300 rappresentazioni nel 2024, pari a circa il 70% del totale degli spettacoli, coinvolge 1,9 milioni di spettatori (il 50% della domanda complessiva) e genera 38,6 milioni di euro di spesa. La prosa raccoglie il 59% del pubblico teatrale, mentre lirica e balletto mantengono ruoli stabili e l'arte varia evidenzia dinamiche in crescita. La spesa media per spettatore si attesta a 20,2 euro, in linea con la media nazionale.

²⁶ La fonte dei dati qui presentati è Rapporto SIAE 2024 - Spettacolo Intrattenimento e Sport

Teatro e concertistica sembrano svolgere funzioni complementari: il primo garantisce continuità e radicamento, il secondo agisce come fattore espansivo del mercato di spettacolo trainato dai grandi eventi.

Fig. 2 Ripartizione percentuale di Spettacoli, Spettatori e Spesa in Piemonte tra attività teatrale e concertistica in Piemonte (2024)



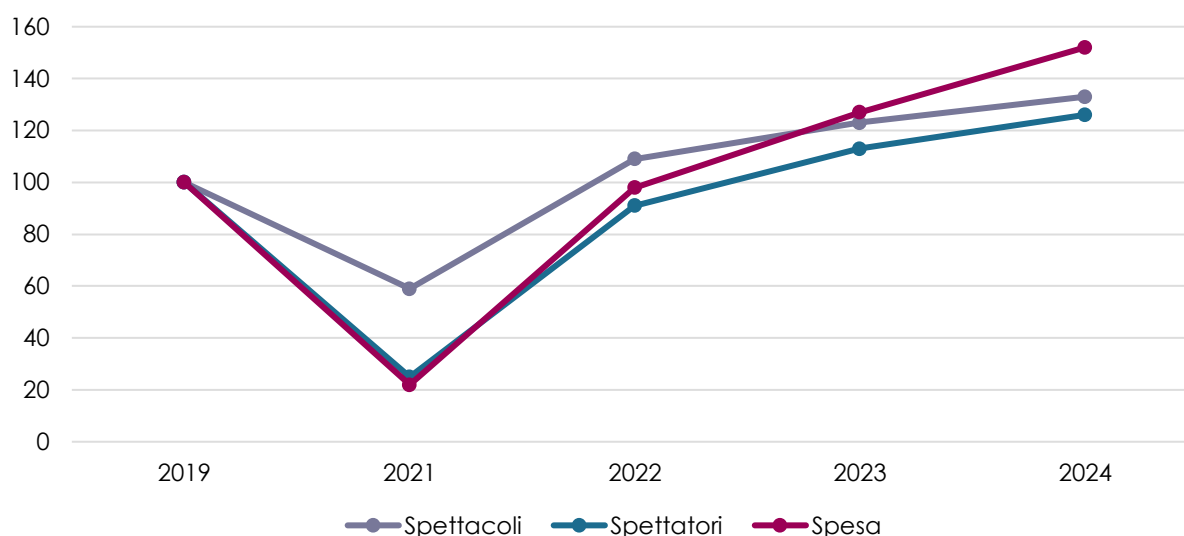
Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, Annuario Statistico dello Spettacolo

Completano il quadro alcune specificità settoriali:

- **balletto e arte varia** registrano crescite consistenti, confermando la capacità di attrarre pubblici diversi;
- la **musica classica**, pur contribuendo alla destagionalizzazione dell'offerta, presenta una spesa media molto più bassa rispetto al pop-rock, a testimonianza di un diverso posizionamento di mercato;
- il **jazz**, infine, mostra un andamento peculiare: mentre in Italia il pubblico cresce del 18,6%, in Piemonte gli spettatori restano sostanzialmente stabili, ma la spesa aumenta per effetto del rialzo dei prezzi; ciò sembra suggerire un consolidamento del pubblico esistente piuttosto che un ampliamento della base.

Osservando congiuntamente l'andamento di pubblico e incassi si evidenzia un dato rilevante: **tra il 2019 e il 2024 gli spettatori crescono del 26%, mentre la spesa complessiva aumenta del 52%, con un incremento del prezzo medio dei biglietti pari al 20%**. Il fatto che a fronte di prezzi più elevati la domanda non diminuisca, ma continui ad aumentare, suggerisce che il pubblico dello spettacolo dal vivo sia poco sensibile alle variazioni di prezzo e disposto a pagare di più per l'esperienza dal vivo.

Fig. 3 Andamento di Spettacoli, Spettatori e Spesa per attività teatrali e concertistiche in Piemonte (2019-2024)



Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, Annuario Statistico dello Spettacolo

L'aumento del 20% dei prezzi medi va inoltre contestualizzato: nello stesso quinquennio l'inflazione in Italia è stata di circa il 17-18%. I prezzi dello spettacolo risultano quindi sostanzialmente in linea con l'andamento generale dei prezzi al consumo.

I LAVORATORI DELLO SPETTACOLO DAL VIVO²⁷

A fronte della crescita della domanda, il quadro occupazionale presenta invece segnali diversi, mostrando stabilità numerica ma riduzione dell'intensità lavorativa: **nel 2024 i lavoratori unici sono poco più di 15.300 (-2,6% rispetto al 2019), le giornate retribuite passano da 1,98 a 1,78 milioni (-10%) e le retribuzioni complessive si attestano a 184 milioni di euro**, dopo il picco del 2023 (198 milioni). Sebbene **la retribuzione media per lavoratore sia cresciuta nell'ultimo quinquennio (+2,7%), diminuisce rispetto al 2023, contestualmente le giornate medie per addetto scendono da 126 a 116.**

La disaggregazione per gruppi professionali evidenzia differenze marcate rispetto al 2019:

- gli **attori** registrano incrementi sia nel numero di lavoratori (+11%) sia nelle giornate (+22%) e nelle retribuzioni (+32%), segnalando un rafforzamento della categoria;
- i **cantanti** crescono di numero (+23%) e vedono salire le retribuzioni (+12%), mentre le giornate restano stabili;
- anche **registi e sceneggiatori** mostrano dinamiche positive (+33% lavoratori, +45% giornate, +38% retribuzioni), a testimonianza di un consolidamento della funzione creativa;
- al contrario, i **conduttori e animatori** evidenziano una riduzione significativa (-30% lavoratori, -35% giornate, -15% retribuzioni), e lo stesso vale, seppure su dimensioni minori, per i **direttori di scena e di doppiaggio.**

²⁷ La fonte dei dati presentati in questo paragrafo è Osservatorio Lavoratori dello spettacolo, INPS

Il quadro complessivo risulta polarizzato: l'occupazione nello spettacolo non cresce in linea con la domanda e i miglioramenti riguardano solo specifici profili professionali con alcune figure artistiche che escono rafforzate dal quinquennio, mentre altre, legate per lo più alla mediazione o ai servizi, subiscono contrazioni.

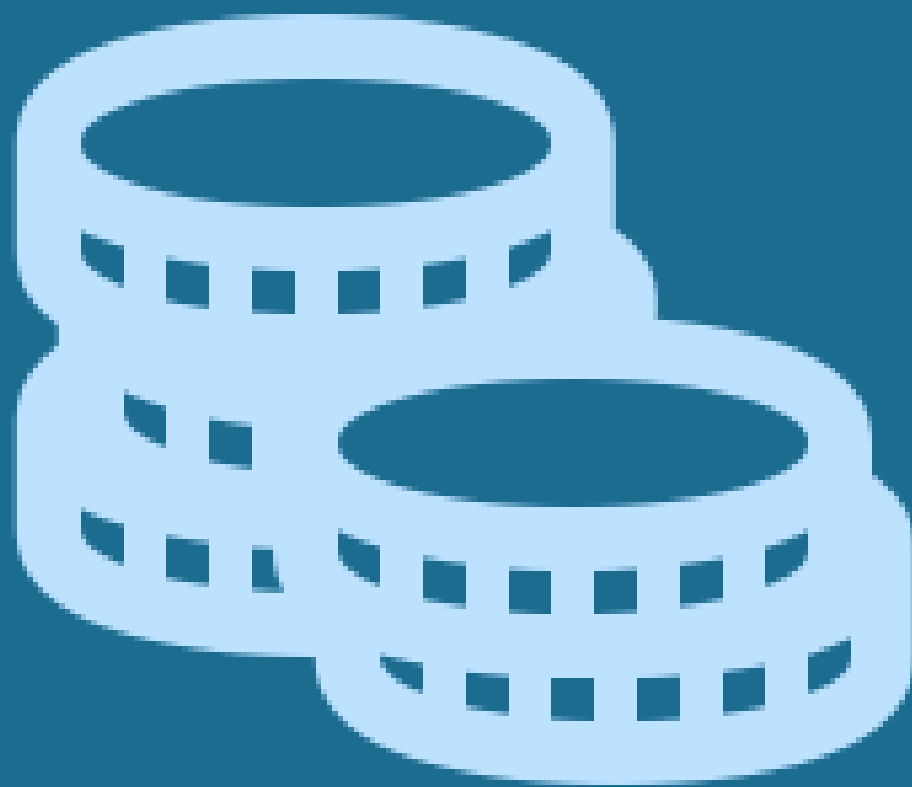
SPETTACOLO DAL VIVO E FONDAZIONI CULTURALI²⁸

Per esplorare più in dettaglio l'ambito delle performing arts in Piemonte, sono stati analizzati i bilanci di **nove Fondazioni culturali** con sede nella regione, rappresentative della componente istituzionale del settore. Si tratta di soggetti che operano con un mix di ricavi di mercato e una base significativa di sostegno pubblico.

Nel 2024 il valore della produzione complessivo di questo gruppo di enti raggiunge circa 78,8 milioni di euro (valori correnti), con un incremento del 13% rispetto al 2019 e una sostanziale stabilità sul 2023. Dopo il recupero post-pandemia non si osserva dunque un'ulteriore espansione.

Osservando la composizione del valore della produzione, si nota tuttavia un calo dell'autonomia economica media delle Fondazioni. Sebbene il gruppo abbia recuperato i livelli pre-pandemia, i ricavi da vendite e prestazioni diminuiscono del 2% sul 2023 e del 9% sul 2019, e la loro incidenza sul totale delle entrate si riduce di 6 punti percentuali, passando dal 32% del 2019 al 26% nel 2024.

²⁸ Per la stesura di questo paragrafo sono stati considerati i Bilanci consuntivi di Fondazione TST, Fondazione Teatro Regio, Fondazione TRG, Fondazione PDV, Fondazione per la Cultura, Fondazione Teatro Coccia, Fondazione Il Maggiore, Fondazione TPE e Associazione Settimane Musicali Stresa (inclusa perché rientrante nel gruppo di enti culturali-attivi nell'ambito dello spettacolo dal vivo - partecipati o controllati dalla Regione Piemonte).



CAPITOLO 6

RISORSE PER LA CULTURA

LE RISORSE PUBBLICHE E PRIVATE PER LA CULTURA NEL 2023 E 2024

Nel 2023, le risorse messe a disposizione del comparto culturale piemontese dalle

Amministrazioni pubbliche e dalle Fondazioni di Origine Bancaria sono state pari a **326,8 milioni di euro**: a valori nominali, si traduce in una crescita del 20,3% rispetto all'anno precedente (pari al +14,1% considerando il valore attualizzato).

Aumentano le risorse statali con un incremento, escludendo i fondi destinati all'emergenza Covid erogati fino al 2022, del +8,3% rispetto al 2022. La crescita più consistente è stata quella dei Comuni: da quanto emerge dai bilanci consuntivi delle Amministrazioni comunali piemontesi con più di 15 mila abitanti, l'incremento delle spese a favore della cultura è del 36,3%, l'utilizzo fondi PNRR ha senz'altro contribuito a tale risultato. Nello specifico, infatti, sono le spese di investimento ad aver registrato notevole incremento passando, in termini di peso percentuale rispetto al totale della Missione 5, dal 9,7% del 2022 al 30,3% del 2023.

In aumento del 27,8% anche le spese sostenute dalla Regione Piemonte, che da 48,5 mln di euro del 2022 arrivano a 61,9 mln di euro nel 2023.

Stabile invece l'apporto delle Fondazioni di Origine Bancaria (69,3 milioni di euro le erogazioni del 2023).

Guardando i dati del **2024**, la tendenza di crescita registrata nel 2023 viene confermata: sono stati infatti **erogati 335 milioni di euro a sostegno del settore con un aumento del 2,5% (+1,7% a valori costanti) rispetto al 2023**.

Crescono le risorse statali e quelle delle Amministrazioni comunali, maggiormente influenzate dall'effetto dei fondi del Piano di Resilienza, mentre si riscontra una contrazione delle spese iscritte a bilancio dell'Amministrazione regionale, che scendono a 59,1 milioni di euro (erano 61,9 nel 2023), e i contributi assegnati dalle FOB piemontesi, che da 69,3 milioni di euro passano a 64,2.

STATO DI AVANZAMENTO DEL PNRR CULTURA

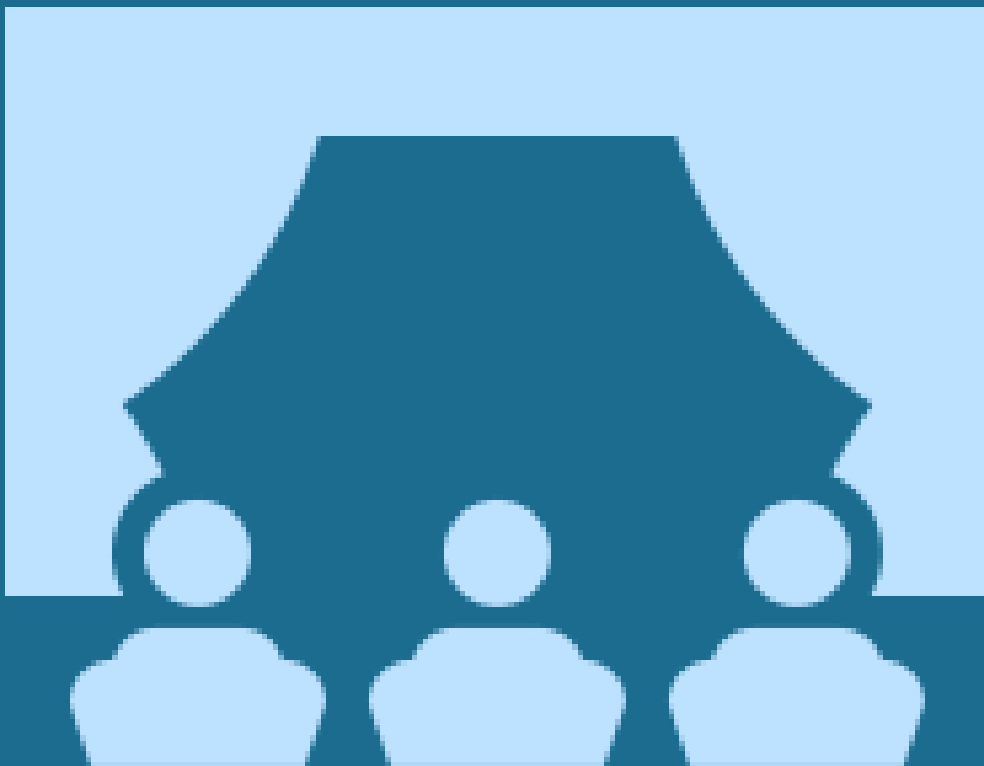
Il 30 giugno 2025, sul sito www.italiadomani.gov.it, sono stati resi disponibili i dataset più aggiornati sullo stato di avanzamento dei progetti finanziati dal PNRR. I dati sono stati estratti dal ReGiS, il sistema di rendicontazione dedicato, e vanno letti con una certa cautela, almeno per tre ragioni:

- a) Il processo di rendicontazione è più lungo di quello di attuazione ed è lecito ritenere che – alla data di estrazione – la rendicontazione di progetti effettivamente conclusi fosse ancora in corso.
- b) Rileviamo poi che solo il 38% dei CUP (Codice Unico di Progetto) aveva attraversato la fase di validazione, che consiste nella fotografia mensile delle informazioni dopo controlli automatici di coerenza e le verifiche di competenza delle Amministrazioni.

- c) Non mancano, infine, informazioni incoerenti: alcuni progetti risultano “con iter concluso” nonostante sia assente la data di fine progetto effettiva, altri si trovano nella condizione opposta.

In Piemonte, per quanto riguarda la componente “Cultura e Turismo 4.0” del PNRR²⁹, il 9% dei CUP riporta una data di fine effettiva, mentre per il 12% l’iter risulta concluso; la scadenza per il completamento degli obiettivi del PNRR è il 31 agosto 2026, tuttavia per il 27% dei progetti la data di chiusura prevista era entro il 30 giugno 2025. Il settore culturale piemontese parrebbe quindi in ritardo rispetto allo stato di attuazione che era stato pianificato al momento della richiesta di contributo, ma, per le ragioni già menzionate, a oggi non è possibile stimare precisamente quanti soggetti abbiano effettivamente dilatato i tempi dell’iter di attuazione.

²⁹ Dalla nostra analisi sono stati esclusi i progetti afferenti al Turismo 4.0.



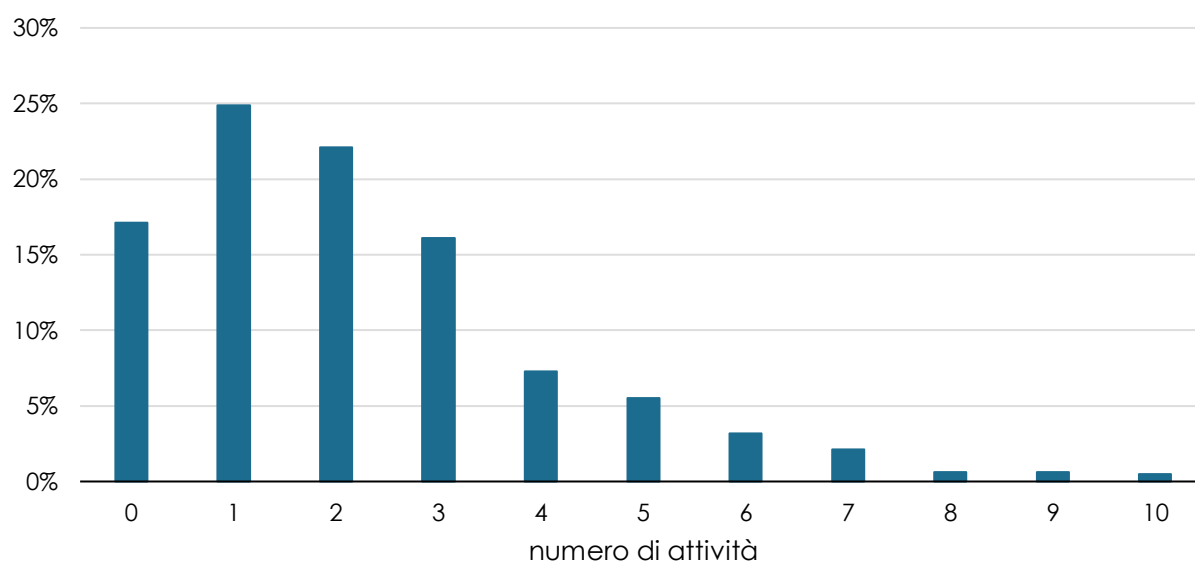
CAPITOLO 7

LA PARTECIPAZIONE CULTURALE PIEMONTESE NEL CLIMA DI OPINIONE IRES 2025

Nell'ultimo anno, l'83% dei Piemontesi ha partecipato almeno una volta a una fra le attività culturali proposte nell'indagine Clima di Opinione IRES³⁰; il dato è in linea con quello dell'anno precedente. Cresce la quota di piemontesi che hanno assistito a spettacoli teatrali (16,2%), concerti dal vivo (15,8%) o hanno giocato a un videogioco (12,9%). La partecipazione ad altre pratiche culturali è stabile, le differenze con lo scorso anno sono contenute entro l'errore statistico.

La partecipazione culturale è decisamente bassa: anche escludendo il 17% di residenti che non praticano alcuna fra le attività elencate, i cittadini si dedicano mediamente a due pratiche. I piemontesi, in larga parte, preferiscono fare altro nel proprio tempo libero (59,2%).

Fig. 4 Distribuzione del numero di attività culturali praticate negli ultimi 12 mesi (2025)



Fonte: elaborazione OCP su dati Ires Piemonte - Indagine sul Clima d'Opinione

L'ostacolo alla partecipazione è, prevedibilmente, il livello di istruzione: questa è la principale determinante della non partecipazione. Se consideriamo, invece, la varietà dei consumi – il numero di attività svolte – oltre al livello di istruzione contribuiscono positivamente un tenore di vita sopra la media e negativamente l'età; non influiscono significativamente, invece, la

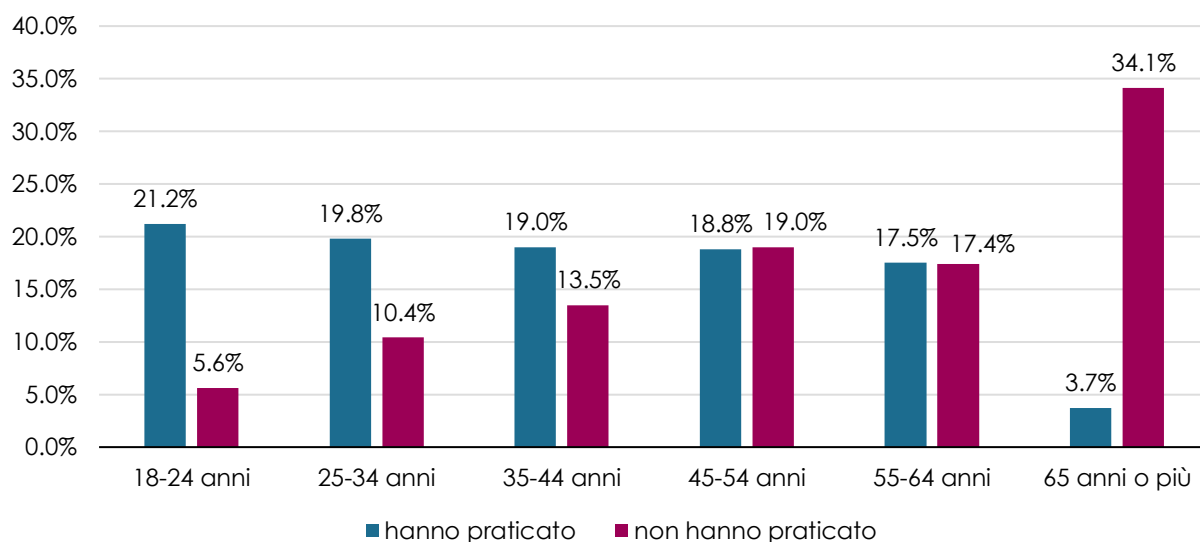
³⁰ Le attività considerate sono: "letto un libro o un ebook", "Guardato film/serie TV/documentari in streaming a casa", "Guardato un film al cinema", "Visitato un museo o una mostra", "Assistito a uno spettacolo dal vivo di danza, teatro, circo contemporaneo, opera", "Assistito a un concerto dal vivo", "Visto spettacoli (concerti teatro, danza, circo contemporaneo, opera) in streaming", "Ascoltato podcast (contenuti audio non musicali) o audiolibri", "Visitato un museo o una mostra virtuale/on line" e "Giocato ai videogames".

dimensione del comune di residenza o la sua altimetria, che possono essere considerate proxy dell'offerta culturale.

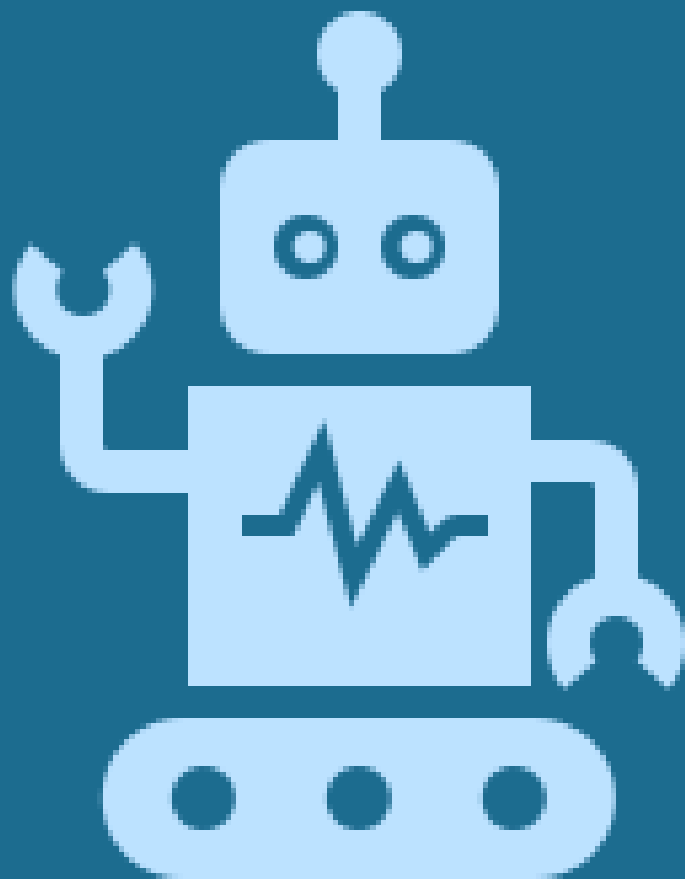
VIDEOGAME

La pratica culturale che ha incontrato la maggiore crescita nel 2025 è il videogioco (+52% rispetto all'anno precedente): sono oltre 442.000 i piemontesi che si sono dedicati almeno una volta al *gaming*. I più giovani sono il pubblico di riferimento (dai 18 ai 34 anni); la partecipazione è però relativamente diffusa anche nelle fasce più mature, mentre crolla al 3,7% fra gli over 65. Il videogiocatore, infine, ha una maggiore propensione verso gli altri consumi digitali (streaming e podcast).

Fig. 5 Distribuzione per fasce di età dei piemontesi che negli ultimi 12 mesi hanno o non hanno giocato a videogame (2025)



Fonte: elaborazione OCP su dati Ires Piemonte - Indagine sul Clima d'Opinione



CAPITOLO 8

CULTURA DIGITALE PER GLI OVER 60: UN'OFFERTA DEDICATA ANCORA DA COSTRUIRE*

*Articolo pubblicato su AgCult nella rubrica on line mensile "Letture Lente" del 11/2025³¹

I RISULTATI DEL PROGETTO TOCCPE TRA OPPORTUNITÀ MANCATE E NUOVE PROSPETTIVE

Le ultime proiezioni demografiche dell'ISTAT al 2050 ³² mostrano non soltanto un calo complessivo dei residenti nel nostro paese, ma contestualmente un ampliamento della forbice generazionale: nel 2050 la quota di anziani, di 65 anni e più, sale al 34,6% (dal 24,3% attuale), quella invece della popolazione di età compresa tra 15-64 anni scende al 54,3% (dal 63,5%). Una tale dinamica impone attenzione alla qualità della vita e del benessere psico-fisico nella fase della cosiddetta "silver age", riguardo che passa anche dalle politiche culturali che, come numerose ricerche hanno dimostrato, sarebbero in grado di influire positivamente sul benessere globale dei cittadini non più giovani.

Accanto a tale prospettiva demografica, va aggiunta l'evidenza della prorompente diffusione tecnologica, avvenuta soprattutto a partire dalla pandemia del 2020 che, da un lato, ha pervaso in maniera crescente la nostra quotidianità creando, dall'altro lato, gap di accesso a servizi e prodotti digitali, rischiando di escludere da una partecipazione sociale e culturale attiva le fasce più fragili della popolazione come gli anziani e meno avvezzi e preparati nell'utilizzo degli strumenti e servizi digitali .

A partire da tali premesse l'Università del Piemonte Orientale, in collaborazione con Osservatorio Culturale del Piemonte, ha realizzato il progetto di ricerca IOCCPE (Tech-driven Opportunity in Cultural Consumption Patterns of the Elderly), finanziato dall'Unione Europea con fondi NextGenerationEU, Mission 4, Component 2, nell'ambito del programma GRINS - Growing Resilient, INclusive and Sustainable project. Il progetto si è proposto di indagare il rapporto tra digitale, cultura e terza età, rilevando le modalità di consumo e fruizione degli italiani over 60 e dall'altro mappando l'offerta culturale tech-driven dedicata agli over 60 in tre regioni italiane: Piemonte, Emilia-Romagna e Puglia. I risultati riguardanti l'offerta, presentati attraverso una ricognizione desk e un'indagine diretta presso gli operatori culturali, offrono un quadro articolato che mescola luci e ombre, evidenziando un potenziale ancora largamente inespresso.

³¹ <https://www.agenziaacult.it/letture-lente/era-digitale/cultura-digitale-per-gli-over-60-unofferta-dedicata-ancora-da-costruire/>

³² www.istat.it/wp-content/uploads/2025/07/Report_Previsoni-della-popolazione-residente-e-delle-famiglie_Base-Base-112024.pdf

UNA MAPPATURA NECESSARIA

La ricerca desk legata all'offerta di servizi e contenuti culturali tech-driven indirizzata agli over 60, ha coinvolto un campione significativo di istituzioni culturali operanti nelle tre regioni: 324 musei e istituti simili, 442 biblioteche pubbliche, 385 organizzazioni di spettacolo dal vivo e 33 Fondazioni di Origine Bancaria. L'obiettivo era: verificare e individuare quanti e quali soggetti avessero sviluppato progetti, servizi o attività che combinassero cultura, tecnologie digitali³³ e attenzione specifica alla popolazione anziana.

Il primo dato che emerge con forza è la scarsità dell'offerta: solamente 85 enti su 1.151 censiti (il 7,4% del totale) hanno attivato progetti che hanno avuto come temi centrali le tecnologie e gli over 60. Se guardiamo alla distribuzione per settore, i musei risultano essere i più attivi con il 21,3% di istituzioni che offrono progetti digitali dedicati, seguiti dalle biblioteche (2,3%) e dallo spettacolo dal vivo (1,6%), il settore meno digitalizzato.

A livello territoriale, il Piemonte mostra risultati leggermente superiori alla media, con l'11,9% degli enti coinvolti in iniziative tech-driven per anziani, rispetto al 6,9% della Puglia e al 5% dell'Emilia-Romagna. Tuttavia, questi numeri restano comunque modesti e indicano come il tema della digitalizzazione culturale per la terza età non sia ancora entrato stabilmente nell'agenda strategica della maggior parte delle istituzioni culturali italiane.

L'INFRASTRUTTURA C'È, MANCA L'INNOVAZIONE

Un aspetto interessante emerso dalla ricerca riguarda la dotazione infrastrutturale digitale, la presenza di tecnologie e dotazioni digitali di base risulta piuttosto diffusa: il 57% dei musei offre all'utenza Wi-Fi gratuito, il 76% delle biblioteche è attrezzato con postazioni PC con accesso a Internet, e il 98% delle biblioteche dispone di cataloghi online consultabili.

Questa apparente buona salute tecnologica nasconde una realtà più complessa. Gli strumenti e le dotazioni presenti sono prevalentemente "di base", con un limitato grado di innovazione. Sono relativamente rari i dispositivi più avanzati: sulla base dei dati Istat relativi al 2022, solo il 39% dei musei dispone di allestimenti interattivi, il 35% offre App dedicate e appena l'11% mette a disposizione tablet per la visita. Ancora più contenuta è la presenza di tour virtuali (27%) e di visite guidate online (21%).

UN'OFFERTA GENERICA, NON DEDICATA

Uno degli aspetti più critici emersi dall'indagine riguarda la specificità dell'offerta. Delle 85 iniziative che combinano digitale e cultura, individuate attraverso la fase di analisi desk, solamente una risulta indirizzata esclusivamente al pubblico over 60, mentre la quasi totalità è destinata a un pubblico generico. Questa tendenza si conferma anche analizzando i dati dell'indagine diretta: dei 74 enti delle regioni coinvolte che hanno risposto al questionario, solo una minoranza ha realizzato iniziative dedicate in maniera prevalente o esclusiva agli anziani.

Le organizzazioni culturali tendono quindi a sviluppare un'offerta destinata a un pubblico ampio, anche quando essa risponde a esigenze maggiormente ricorrenti in specifiche categorie di popolazione. Il supporto nell'alfabetizzazione digitale, ad esempio, pur essendo

³³ A titolo esemplificativo alcune delle tecnologie digitali considerate hanno riguardato dispositivi e servizi a supporto della fruizione culturale, iniziative di alfabetizzazione digitale, dotazioni strutturali come wi-fi, visori di AR e VR.

una carenza particolarmente presente tra le persone anziane, viene generalmente proposto come servizio disponibile a una platea più vasta.

Questa scelta non è casuale. Come emerso dalle interviste qualitative condotte con testimoni privilegiati del settore, la mancanza di risorse economiche e di personale specializzato rappresenta il principale ostacolo alla creazione di offerte dedicate. Di fronte a questi vincoli, gli enti culturali tendono a massimizzare gli effetti degli investimenti proponendo i servizi digitali al maggior numero possibile di utenti, piuttosto che segmentare l'offerta per target specifici.

COSA FUNZIONA: ALFABETIZZAZIONE E ACCESSIBILITÀ

Nonostante i limiti evidenziati, esistono ambiti in cui l'integrazione tra digitale, cultura e attenzione agli anziani sta producendo risultati interessanti. Le biblioteche civiche, in particolare, si stanno affermando come presidi territoriali fondamentali per l'alfabetizzazione digitale della popolazione anziana. Molte offrono corsi e sportelli di supporto per l'uso di dispositivi digitali, assistenza per SPID e servizi online della Pubblica Amministrazione, oppure attività di supporto per prenotazioni sanitarie e utilizzo del fascicolo sanitario elettronico.

I musei, dal canto loro, concentrano l'attenzione sul miglioramento dell'accessibilità e della fruizione culturale attraverso percorsi audio, tavole tattili, QR code per contenuti multimediali e sistemi di prenotazione online semplificati. L'obiettivo prevalente, dichiarato dall'89% degli enti coinvolti, è rendere più accessibili le proposte culturali offerte, seguito dalla necessità di diversificare l'offerta (56%) e ampliare il proprio pubblico (44%).

Tra gli strumenti digitali più utilizzati figurano tablet, PC fissi e portatili, smartphone per fornire supporto tecnico e accesso a servizi digitali o applicazioni specifiche. Emerge però una sostanziale assenza di tecnologie più innovative come applicazioni di Intelligenza Artificiale, esperienze avanzate di realtà virtuale o di gamification.

IL RUOLO DELLE FONDAZIONI DI ORIGINE BANCARIA

Un dato significativo riguarda il ruolo delle Fondazioni di Origine Bancaria nel promuovere iniziative dedicate agli anziani. Delle 29 iniziative sostenute dalle FOB nelle tre regioni, sia attraverso progetti propri sia sostenendo attività di terzi, 5 (il 17%) sono state indirizzate prevalentemente agli over 60. Le FOB, concentrate prevalentemente nel Nord Italia (12 in Piemonte e 19 in Emilia-Romagna, contro solo 2 in Puglia), si confermano quindi come attori pionieri nell'attenzione alla popolazione anziana in ambito culturale-digitale. Insieme al terzo settore, le cui organizzazioni considerate hanno realizzato alcune delle esperienze più innovative emerse dalla ricognizione nazionale ed europea, rappresentano i soggetti più sensibili a questa tematica.

LA COMUNICAZIONE: UN PROBLEMA CRITICO

Un aspetto critico emerso riguarda la comunicazione. Secondo i dati ISTAT, solo un soggetto tra quelli analizzati ha attivato campagne di informazione e comunicazione per promuovere servizi o attività specificamente rivolte agli over 65 anni. Questa carenza comunicativa rischia di vanificare gli sforzi compiuti, limitando drasticamente la visibilità e quindi l'utilizzo dei servizi da parte del pubblico potenziale.

In alcuni casi, inoltre, si registra persino un problema di comunicazione interna: 4 enti hanno dichiarato di non aver realizzato progetti tech-driven dedicati agli over 60, quando invece dalle notizie reperibili su web, risultano attivi servizi di questo tipo. Questo fenomeno richiama alla necessità di promuovere una maggiore condivisione delle attività tra i diversi professionisti che operano all'interno delle istituzioni culturali.

PROSPETTIVE FUTURE: COSA MANCA

L'indagine diretta ha anche sondato le intenzioni future degli enti culturali. I risultati non sono particolarmente incoraggianti: tra le organizzazioni che non hanno ancora attivato servizi e progetti tech-driven, sono poche quelle che hanno dichiarato di avere intenzione di avviarne entro 12-24 mesi (3 musei in Piemonte, 3 in Puglia, 3 biblioteche piemontesi).

La causa principale di questa inerzia non risiede solo nella mancanza di risorse economiche o di personale specializzato, ma anche nell'assenza del digitale tra gli obiettivi strategici degli enti. La prospettiva di senso e il significato attribuito ai progetti che caratterizzano l'offerta con elementi digitali o tecnologici non sono ancora pienamente inseriti nelle linee di sviluppo della maggior parte delle istituzioni culturali.

CONCLUSIONI: UN POTENZIALE DA LIBERARE

Il progetto TOCCPE ci restituisce il quadro di un'opportunità ancora largamente inespressa. L'infrastruttura tecnologica di base esiste, la sensibilità verso i temi dell'accessibilità e dell'inclusione è presente, ma manca ancora una visione strategica che collochi stabilmente il tema della digitalizzazione culturale per la popolazione anziana tra le priorità delle istituzioni culturali.

La strada da percorrere richiede investimenti in risorse umane specializzate, maggiore attenzione alla comunicazione delle iniziative realizzate e, soprattutto, un cambio di paradigma culturale che riconosca negli anziani come cittadini attivi, con specifiche esigenze e potenzialità nel rapporto con la cultura digitale.

Le Fondazioni di Origine Bancaria e il terzo settore stanno già indicando possibili percorsi. Tocca ora alle istituzioni culturali raccogliere questa sfida, trasformando la transizione digitale da potenziale fattore di esclusione a opportunità di inclusione e partecipazione per tutti.



CAPITOLO 9

L'OFFERTA CULTURALE NELLE AREE INTERNE DEL PIEMONTE

La definizione a marzo del 2025 del nuovo Piano Strategico Nazionale delle Aree Interne³⁴ ha riaperto il dibattito sulle aree marginali e fragili caratterizzate da forte declino economico, demografico e sociale, sancendo già nella premessa che

“La sfida demografica, insieme ai fenomeni correlati dello spopolamento e dell'invecchiamento della popolazione, rappresenta una delle minacce più gravi per l'Unione Europea e, in particolare, per l'Italia. Questi processi minano la competitività e la resilienza dei Paesi membri, amplificano le disuguaglianze territoriali e generano difficoltà nella disponibilità di manodopera, nella sostenibilità dei sistemi sociali e previdenziali, e nell'accesso ai servizi essenziali”.

A ciò vanno aggiunti anche i rischi naturali correlati ai sempre più frequenti e intensi fenomeni meteorologici dovuti ai cambiamenti climatici che minacciano gli assetti geo-territoriali dell'Italia in generale.

Ma qual è il nesso tra la cultura e le aree marginali e interne, i fattori demografici e climatici che apparentemente rappresentano elementi esogeni al sistema culturale? Occuparsi di cultura significa anche prendersi cura delle persone, dei luoghi, dei territori e prestare attenzione alla fruibilità e alle condizioni di fragilità di questi ultimi; in secondo luogo, la produzione di beni e servizi anche culturali può contribuire a ricostruire i legami sociali e identitari necessari a favorire quello che gli esperti definiscono *neopopolamento*³⁵ delle aree interne contrastandone l'abbandono. Il contributo, dunque, della cultura alle sfide del *neopopolamento* delle fasce di territorio riconosciute come zone fragili e marginali risiede nell'occuparsi del contesto, del territorio nel suo insieme, prima ancora di progettare un servizio, un prodotto culturale.

In Italia sono diverse le esperienze, sebbene ancora troppo poche, in cui la cultura è uno dei connettivi strategici per contribuire a invertire le sorti di territori periferici e ultraperiferici.

Una di queste esperienze che rappresenta a livello europeo un modello virtuoso di rigenerazione è Oстана³⁶, il piccolo borgo della Valle Po nella provincia cuneese che, grazie all'intreccio di visioni di lungo periodo e progettualità sinergiche tra cooperative di comunità, associazioni culturali, Amministrazioni locali e Politecnico di Torino, è riuscita nell'arco di 40 anni a invertire un destino di spopolamento e declino irreversibile. Oggi Oстана grazie al recupero del proprio patrimonio architettonico, alla valorizzazione della cultura e delle tradizioni occitane, alla costruzione di competenze tecniche specifiche e allo sviluppo di alleanze può offrire strutture

³⁴ Fonte: Presidenza del Consiglio dei Ministri. Dipartimento per le politiche di coesione e per il sud, *Piano Strategico Nazionale delle Aree Interne. PSNA*, marzo 2025, Consultabile al link: https://uncem.it/wp-content/uploads/2025/07/PSNAI_FINALE.pdf

³⁵ Fonte: G. Teneggi, Ritorno al territorio. Neopopolare per Generare, AGCult – Letture Lente, 11/2024, disponibile al link <https://www.agenziacult.it/letture-lente/coltivare-comunita/ritorno-al-territorio-neopopolare-per-generare/>

³⁶ M. Crotti, *Ostana, alta Valle Po. La rinascita di un borgo alpino*, in EcoWeb Town - Journal of Sustainable Design n. 19/2019, disponibile al link: http://www.ecowebtown.it/n_19/pdf/D2_EWT19_Crotti_stampa.pdf
L. Milan, *Ri_visitati. Ostana, 40 anni di azioni virtuose contro lo spopolamento*, in Il Giornale dell'Architettura - Città e Territorio, 29 luglio 2025. Disponibile al link: https://ilgiornaledellarchitettura.com/2025/07/29/ri_visitati-ostana-40-anni-di-azioni-virtuose-contro-lo-spopolamento/.

ricettive, nuove aziende agricole dirette da giovani e molteplici attività culturali che creano aggregazione, economia generando nuove condizioni di attrattività territoriale.

Certamente il caso ostanese è emblematico e potrebbe essere d'ispirazione per tanti territori, ma se si vuole che la cultura assuma un ruolo strategico nei processi di rigenerazione e *neopopolamento* delle aree marginali, è necessario partire dalla consapevolezza delle risorse e delle strutture culturali potenzialmente attivabili.

Partendo da tali premesse e dalle criticità e fragilità dei territori più marginali si è voluto offrire, nel presente rapporto, una panoramica quantitativa dello stato attuale del contesto infrastrutturale culturale della regione, come elemento di conoscenza per riflettere sul possibile ruolo della cultura come leva di rigenerazione economica e sociale.

Il contributo quantifica le infrastrutture culturali presenti nei Comuni piemontesi definiti dal Piano Strategico Nazionale per le Aree Interne 2021-2027 come Periferici e Ultraperiferici, per evidenziare le caratteristiche delle differenti aree territoriali della regione.

L'analisi proposta si fonda su dati amministrativi e statistiche ufficiali³⁷; sono state infatti esaminate come fonti: ISTAT, Regione Piemonte, SIAE, Osservatorio Culturale del Piemonte. Gli ambiti culturali considerati sono: i musei e gli ecomusei, i cinema e i teatri, le biblioteche.

Per ciascun Comune:

- è stata evidenziata la qualifica attribuita dal PSNAI come "Periferico" e "Ultraperiferico";
- sono state individuate le infrastrutture culturali disponibili;
- è stato calcolato il grado di "sicchezza culturale"³⁸ ovvero la presenza/assenza di spazi o luoghi con un'offerta culturale stabile.

Certamente la presente ricognizione non è esaustiva poiché focalizzata sulle strutture e sugli spazi presenti nei diversi territori e non tiene in considerazione, invece, tutte le attività organizzate e offerte dalle associazioni, cooperative di comunità o dagli enti del terzo settore, soggetti rilevanti nella costruzione delle condizioni di accesso ai servizi culturali e non solo. Occorrerebbe in tal senso approfondire il lavoro di ricerca integrando, oltre alle fonti statistiche ufficiali, i soggetti presenti nel Registro Unico Nazionale del terzo Settore e analizzare le progettualità attivate negli specifici territori marginali, le reti di relazioni, le condizioni abilitanti o i fattori di criticità e ostacolo.

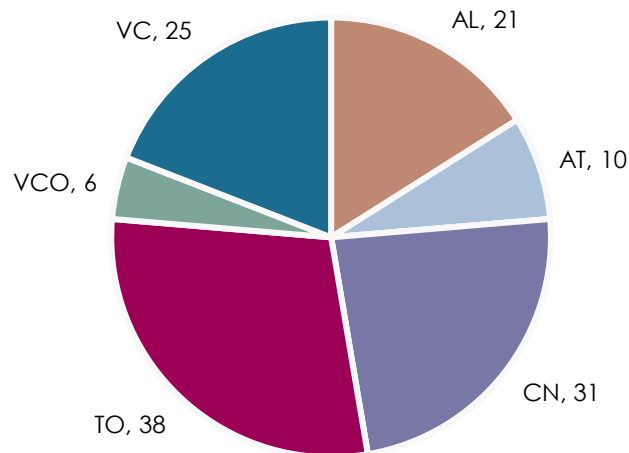
Seppur in una dimensione di analisi limitata, la ricostruzione qui proposta offre comunque una prima fotografia.

Stando all'attuale classificazione individuata dal PSNAI 2021-2027, dei 1.181 Comuni piemontesi il 10% (113) sono qualificati come comuni periferici e il 2% (18) come ultraperiferici; sono le province di Cuneo, Torino e Vercelli quelle con una maggiore presenza di comuni in queste aree.

³⁷ Per il dettaglio delle fonti individuate per ciascun ambito considerato e i rispettivi criteri adottati si rimanda alla nota metodologica.

³⁸ Cfr. F.M. Arosio e A. Caramis – Istat, Cultura, demografia e società nei comuni delle aree interne, presentato in occasione ad ArtLab Novara 2025. Disponibile al link:
https://artlab.fitzcarraldo.it/wp-content/uploads/2025/09/Presentazione-Istat-ARTLAB_NOVARA_25_09_2025_rev.pdf

Fig. 6 Distribuzione provinciale dei Comuni periferici e ultraperiferici del Piemonte



Fonte: elaborazione OCP su dati PSNAI 2021-2027

Dei 131 comuni afferenti alle aree più marginali – periferiche e ultraperiferiche - sono 74 quelli in cui è presente almeno un luogo culturale, di questi sono 66 i comuni in cui sono presenti 1 o 2 presidi culturali, 6 possono contare su 3 o 4 spazi mentre solo 2 comuni – Bardonecchia e Varallo – hanno una disponibilità di luoghi più ampia (5 e 7 luoghi culturali). Va inoltre specificato che il 67% dei 74 comuni in cui è presente almeno uno spazio culturale sono anche a vocazione turistica.

Tab. 5 Tipologia e numerosità di beni culturali nelle aree marginali piemontesi

Tipologia di bene culturale	N. di beni presenti nei Comuni delle Aree periferiche e ultraperiferiche	% sul totale
Biblioteche	40	33,6
Cinema	5	4,2
Ecomusei	17	14,3
Musei	46	38,7
Musei/Ecomusei	8	6,7
Teatro	3	2,5
Totale	119	100%

Fonte: elaborazione OCP su dati PSNAI 2021-2027, Regione Piemonte, Istat, OCP, SIAE, Fondazione Piemonte dal Vivo, Teatri.it

Rispetto alla tipologia di bene, quelli maggiormente diffusi sono i musei (39%) e le biblioteche (34%), a conferma della ricchezza del patrimonio e della capillarità di tali presidi sul territorio regionale, con una discreta presenza anche degli ecomusei (14%). legata certamente al valore del patrimonio paesaggistico - oltre che storico-culturale e antropologico - piemontese. Meno diffusi invece i teatri (3%) e i cinema (4%).

Tab. 6 Comuni piemontesi suddivisi per tipologia di area, presenza di luoghi culturali e vocazione turistica

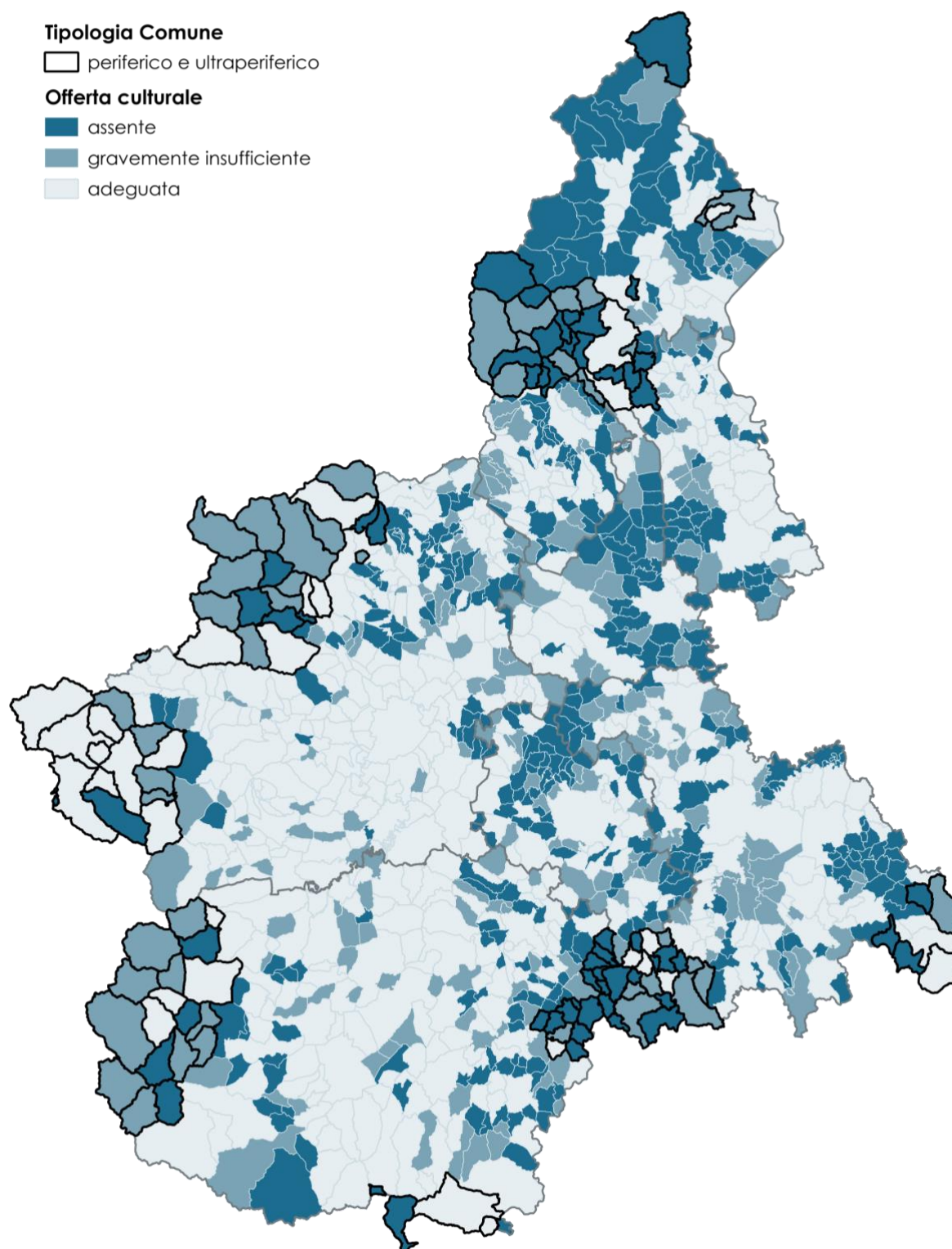
Tipologia di Comune	Numero di Comuni	Comuni con offerta culturale assente	Comuni con almeno un luogo culturale	Comuni con almeno un luogo culturale, con offerta gravemente insufficiente	Comuni con almeno un luogo culturale, a vocazione turistica
A - Polo	18	0	18	0	17
B - Polo intercomunale	8	0	8	0	4
C - Cintura	783	274	509	181	232
D - Intermedio	241	98	143	47	83
E - Periferico	113	49	64	36	42
F - Ultraperiferico	18	8	10	9	7
Totale	1.181	429	752	273	385

Fonte: elaborazione OCP su dati PSNAI 2021-2027, Regione Piemonte, Istat, OCP, SIAE, Fondazione Piemonte dal Vivo, Teatri.it

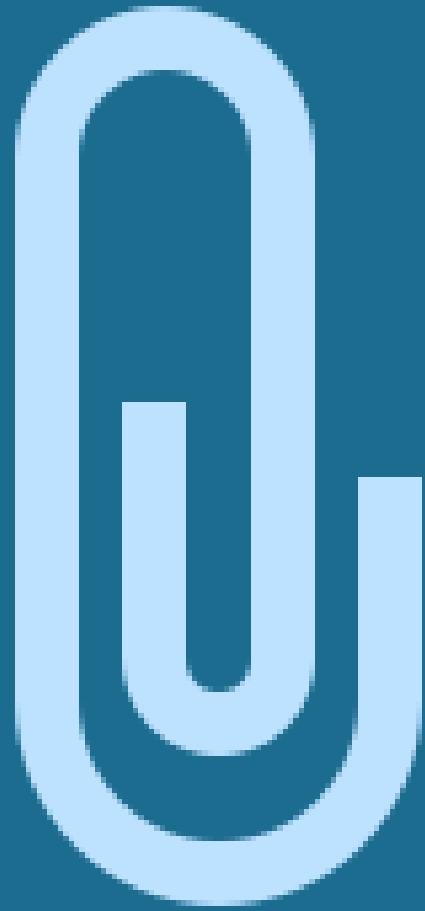
Al di là dei dati quantitativi di presenza o meno di luoghi e spazi culturali ciò che invece qualifica l'offerta culturale è la sua reale possibilità di fruizione, in altre parole anche nei territori dove le istituzioni culturali sono presenti le opportunità di accesso alla cultura possono essere scarse, tagliando fuori intere fette di popolazione dall'accesso alla cultura. Per verificare quanto e in quali territori e aree marginali l'accesso alle proposte culturali possa essere difficoltoso, è stato individuato il grado di "siccità culturale" mettendo in relazione i presidi esistenti con il numero di giorni di apertura, e dunque di attività degli stessi.

Quello che è possibile leggere dalla mappatura di tutto il territorio regionale è poco rassicurante: emerge infatti che 702 Comuni piemontesi - ovvero il 60% - sono a rischio siccità culturale ovvero presentano caratteristiche strutturali di offerta gravemente insufficiente o assente, di questi il 65% è un Comune classificato come Cintura, ma in questo caso va considerato che si tratta di comuni la cui distanza da un comune Polo è certamente più ridotta rispetto alle aree marginali, motivo per cui si potrebbe ritenere meno grave la mancanza di infrastrutture culturali potenzialmente individuabili in un raggio territoriale ragionevole. Nel 21% dei casi, invece, i Comuni sono classificati come Intermedi mentre il 15% di quelli a rischio siccità culturale sono Periferici e Ultraperiferici. Sicuramente la vocazione turistica della maggioranza dei Comuni delle aree marginali, così come la varietà e il valore paesaggistico, hanno trovato valorizzazione nella presenza diffusa di musei ed ecomusei che mitigano la fragilità del territorio. Al di là però di ciò che emerge dalla descrizione delle aree interne deve far riflettere il forte squilibrio territoriale esistente anche a carico delle altre porzioni di territorio, quali ad esempio quelle di cintura e intermedie.

Fig. 7 Mappa della siccità culturale in Piemonte



Fonte: elaborazione OCP su dati PSNAI 2021-2027, Regione Piemonte, Istat, OCP, SIAE, Fondazione Piemonte dal Vivo, Teatri.it



CAPITOLO 10

NOTA METODOLOGICA APPROFONDIMENTO AREE INTERNE

Nell'approfondimento "L'offerta culturale nelle aree interne del Piemonte" si è fatto riferimento alla classificazione dei Comuni in base ai criteri utilizzati dal Piano Strategico Nazionale delle Aree Interne (PSNAI) 2021-2027.³⁹ Tale classificazione si basa su criteri di accessibilità funzionale ai servizi essenziali, definiti in termini di tempi medi di percorrenza dai Comuni verso i poli che li erogano (istruzione, sanità e mobilità), e sulla capacità dei centri urbani di svolgere funzioni di riferimento per i territori circostanti.

I criteri di classificazione considerano in particolare:

- **Accessibilità ai servizi fondamentali** (sanità, istruzione, mobilità, amministrazione);
- **Ruolo economico e funzionale dei centri urbani** rispetto al territorio circostante;
- **Livello di integrazione intercomunale** e capacità di governance associata;
- **Indicatori demografici e socio-economici**, con attenzione a fenomeni di spopolamento e fragilità;
- **Grado di isolamento infrastrutturale** e distanza dai poli di riferimento.

Sulla base di questi parametri, i Comuni vengono suddivisi in sei categorie (A-F), che descrivono in modo progressivo il livello di centralità o marginalità territoriale. La tabella seguente riporta per ogni classificazione la **descrizione** e le principali **caratteristiche** di ciascuna tipologia.

³⁹Per approfondire:

<https://politichecoesione.governo.it/it/politica-di-coesione/strategie-tematiche-e-territoriali/strategie-territoriali/strategia-nazionale-aree-interne-snai/le-aree-interne-2021-2027/>

Tab. 7 Classificazione Aree Interne

Classificazione	Descrizione	Caratteristiche
A - Polo	Enti polari con funzione di erogazione di servizi essenziali strutturati (sanità di base e specialistica, istruzione secondaria, servizi amministrativi, trasporto di livello superiore) e attrattori economico-funzionali per l'area circostante	Elevata accessibilità, presenza di servizi di secondo livello o rete intercomunale; nodi urbani con capacità di concentrare popolazione e offerta; spesso sede dell'aggregazione progettuale dell'area interna.
B - Polo intercomunale	Centri che erogano servizi organizzati a scala sovracomunale, frutto di accordi o reti tra comuni limitrofi; ruolo intermedio tra polo singolo e cintura urbana.	Servizi condivisi o in rete (es. strutture sanitarie, istruzione superiore, poli amministrativi), livelli di governance con capacità di programmazione associata; funzione di aggregazione per piccoli comuni periferici.
C - Cintura	Aree territoriali poste attorno a centri urbani di dimensione maggiore (fasce periurbane/ di connessione) con livello di accesso ai servizi maggiore rispetto all'area interna profonda, ma non paragonabile ai poli.	elevata interdipendenza funzionale con il centro urbano principale; mobilità pendolare significativa; mix urbano-rurale nei servizi e nelle funzioni.
D - Intermedio	Aree con livello medio di accesso ai servizi essenziali, né profondamente isolate né integrate come la cintura; costituiscono l'anello centrale delle aree interne con fragilità misurabili ma migliori performance demografiche/di accesso rispetto a E/F.	Presenza di alcuni servizi essenziali a scala locale; potenziale per rafforzamento dei servizi con interventi mirati; indicatori demografici e di accessibilità moderatamente critici.
E - Periferico	Aree con rilevante distanza dai servizi essenziali, bassi livelli di accessibilità e segnali più marcati di fragilità demografica e funzionale.	Limitata disponibilità di servizi di secondo livello, mobilità ridotta verso i poli, maggiore rischio di spopolamento; richiedono interventi di consolidamento delle reti territoriali.
F - Ultraperiferico	Aree più remote e svantaggiate, con elevata distanza dai servizi essenziali, criticità accentuate nell'accesso, popolazione bassa o in rapido declino, e forte isolamento funzionale.	Elevati tempi di percorrenza verso strutture sanitarie e scolastiche, assenza o scarsità di servizi locali, fragilità infrastrutturale e bassi indici di connessione socio-economica.

Fonte: Strategia Nazionale Aree Interne – SNAI

A conclusione del processo di ricognizione e analisi del territorio regionale piemontese, si è proceduto a:

- realizzare una mappatura l'offerta culturale: attraverso l'integrazione di fonti istituzionali e specializzate è stata realizzata una mappa dei luoghi culturali presenti sul territorio piemontese, che costituisce la base conoscitiva dell'analisi.
- calcolare l'Indice di siccità culturale: a partire dalla mappa dell'offerta culturale è stato sviluppato un indice per individuare e quantificare le carenze nell'offerta culturale dei comuni piemontesi, con particolare attenzione alle aree interne (periferiche e ultraperiferiche) della regione secondo quanto stabilito dalla Strategia Nazionale delle Aree Interne SNAI 2021-2027⁴⁰
- realizzare una mappatura della siccità culturale: a partire dal calcolo dell'indice di siccità culturale è stata elaborata una rappresentazione territoriale delle carenze culturali nel territorio piemontese, con particolare attenzione alle aree periferiche e ultraperiferiche.

MAPPATURA DELL'OFFERTA CULTURALE IN PIEMONTE

La mappatura si basa su un sistema integrato di fonti amministrative e non, che ha permesso una ricognizione dei principali luoghi culturali del Piemonte, utilizzata poi come base per l'analisi territoriale della siccità culturale.

Di seguito per ciascun ambito viene indicata la fonte a cui si è fatto riferimento.

Tab. 8 Descrizione delle fonti utilizzate per ambito

Ambito	Fonte	Anno	Descrizione
Ecomusei	ECOMUSEI - Bando 2024, Allegato A e Allegato B	2024	Ecomusei che hanno ricevuto contributo regionale, ad esclusione dei beni ecclesiastici e percorsi all'aperto
Musei	ISTAT e Osservatorio Culturale del Piemonte (OCP)	2022	Beni presenti nel censimento ISTAT con aggiunta di strutture monitorate dall'OCP
Cinema	SIAE	2023	Cinema individuati con sub-ambito Cinema o Monosala Cinema
Biblioteche	ISTAT	2022	Biblioteche monitorate dal censimento ISTAT
Teatri	Teatri.it e Piemonte dal Vivo	Vari	Spazi teatrali strutturati presenti su Teatri.it e mappa regionale Piemonte dal Vivo
Spazi culturali polifunzionali	CSP 2024 (Bando Space di Fondazione CSP)	2024	Spazi beneficiari del Bando Space in comuni privi di altre strutture culturali monitorate con le altre fonti

Fonte: Elaborazione OCP

⁴⁰ <https://politichecoesione.governo.it/it/politica-di-coesione/strategie-tematiche-e-territoriali/strategie-territoriali/strategia-nazionale-aree-interne-snai/le-aree-interne-2021-2027/>

INDICE DI SICCIÀ CULTURALE

Per il calcolo dell'indice di siccità culturale è stata usata la metodologia adottata da ISTAT all'interno del documento "Cultura, demografia e società nei comuni delle aree interne", presentato ad ArtLab 2025⁴¹.

Istat definisce con "siccità culturale" la carenza di offerta dei principali servizi culturali e si divide in:

- Assenza totale di offerta culturali
- Grave carenza qualitativa dell'offerta

Assenza totale di offerta culturale

Definizione: Comuni in cui sono contemporaneamente assenti musei, biblioteche, teatri, ecomusei, cinema e spazi culturali tra quelli individuati dalle fonti indicate.

Procedimento:

- Georeferenziazione e aggregazione a livello comunale di tutti gli spazi culturali presenti nelle fonti
- Verifica della presenza di strutture per ciascuna delle sei categorie considerate
- Classificazione come "assenza totale" dei comuni che risultano privi di qualsiasi presidio culturale

Offerta culturale gravemente insufficiente

Definizione: Comuni in cui è presente almeno uno spazio culturale, ma l'offerta complessiva è considerata insufficiente in termini di continuità di fruizione e attività.

Soglie di attività adottate: Per il calcolo dell'offerta culturale gravemente insufficiente è stato preso come modello l'ISTAT che considera i "comuni nei quali tutti i musei, le altre strutture espositive musealizzate e le biblioteche di pubblica lettura presenti sono aperti meno di 100 giorni l'anno e che nei mesi non estivi (giugno, luglio, agosto) ospitano meno di 10 spettacoli (in media non più di uno spettacolo al mese)".

L'Osservatorio ha utilizzato gli stessi criteri per quanto riguarda i musei, le altre strutture espositive musealizzate e le biblioteche, includendo tutte le varie tipologie di biblioteche presenti sui territori e non solo quelle di pubblica lettura; in mancanza dei dati SIAE sullo spettacolo dal vivo, il criterio il numero di giorni di programmazione si riferisce esclusivamente agli esercizi cinematografici.

⁴¹ https://artlab.fitzcarraldo.it/wp-content/uploads/2025/09/Presentazione-Istat-ARTLAB_NOVARA_25_09_2025_rev.pdf

Tab. 9 Descrizione e fonti dei criteri utilizzati per il calcolo dell'offerta culturale gravemente insufficiente

Ambito	Criterio	Fonte	Anno
Musei	< 100 giorni di apertura	ISTAT e Osservatorio Culturale del Piemonte (OCP)	2022
Cinema	< 100 giornate di programmazione ⁴²	SIAE	2023
Biblioteche	< 100 giorni di apertura al pubblico	ISTAT	2022

Fonte: Elaborazione OCP

⁴² i dati SIAE sono forniti per singola sala. Per ciascun cinema è stato calcolato il numero massimo di giornate solari di programmazione tra le sue sale, attribuendo questo valore all'intera struttura

NOTE EDITORIALI

Editing

IRES Piemonte
Fondazione Fitzcarraldo ETS

Ufficio Comunicazione

Maria Teresa Avato

© IRES 2025

Istituto di Ricerche Economico Sociali del Piemonte
Via Nizza 18 - 10125 Torino

www.ires.piemonte.it

Si autorizzano la riproduzione, la diffusione e l'utilizzazione del contenuto con la citazione della fonte.

 OSSERVATORIO
CULTURALE
DEL PIEMONTE

 IRES
PIEMONTE

Osservatorio Culturale del Piemonte

La cultura in Piemonte

Relazione Annuale 2024/2025

