

IL TESORO DEL PAESE

Nota di metodo

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

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

DOSSIER/Indagine LaST

DANIELE MARINI

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

Il nostro petrolio

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

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

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

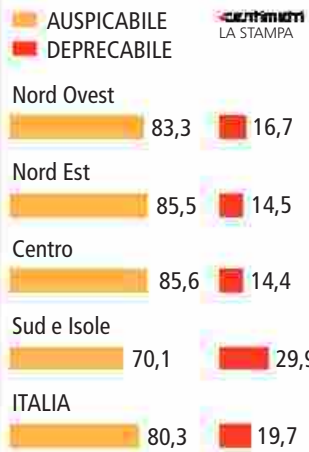
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	ITALIA
Nessuno	2,5	7,5	0	15,6	6,5
1	14,8	15,5	16,0	22,4	17,5
2-3	33,1	31,5	25,5	32,1	30,6
4-5	21,5	18,5	26,5	16,8	20,9
6 e più	28,1	27,0	32,0	13,1	24,5

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

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

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

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



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

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

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

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



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

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

Con la cultura si mangia (se ben organizzata)

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

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

quarto (24,4%) si dovrebbe entrare gratuitamente. Inoltre, per il 47,3% il costo del biglietto è considerato eccessivo, mentre per il 40,2% è adeguato e addirittura per il 12,5% troppo economico.

Pubblico e privato

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

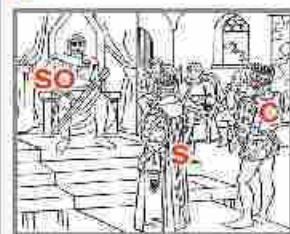
rati complessivamente il 33,5% degli interpellati. Insomma, l'80,7% considera auspicabile un'apertura, mentre il 19,7% valuta l'opportunità deprecabile.

L'ambito culturale e artistico è una risorsa latente ancora da esplorare e mettere a frutto in modo strategico. A fianco del sistema produttivo materiale,

le risorse estetiche e immateriali sono fondamentali nel Made in Italy, e già oggi producono una ricchezza sottovalutata. La loro contaminazione rappresenta un vero acceleratore economico e fa capire che, organizzandola bene, con la cultura si mangia.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Le soluzioni dei giochi



REBUS [9,7] Re SO, conti S C ritti = resoconti scritti

5	6	2	3	1	4
3	2	5	6	4	1
6	5	4	1	3	2
4	1	6	5	2	3
1	4	3	2	6	5
2	3	1	4	5	6

TRAIT D'UNION

FALSO. Chi è più corpulento di quel che sembra è detto "falso magro"; un errore è chiamato "passo falso"; dichiarare il falso significa mentire; il falso in bilancio è un reato finanziario; un'errata segnalazione di pericolo è detta falso allarme.

BOTTE. "Dare un colpo al cerchio e uno alla botte" è un modo di dire; botte è sinonimo di percosse; "essere in una botte di ferro" significa essere al sicuro; nella botte c'è in genere il vino; la volta di un edificio può essere "a botte".

TEXAS

Non tutte le tue 12 out ti garantiscono la vittoria: diciamo che puoi considerare di vincere 10-11 volte su 46, con una probabilità di almeno il 22%. Consideriamo 20% per stare sicuri. Quando perdi, perdi 3.000; quando vinci, vinci 5.000. Su 100 volte ne perdi 80 (totale 3.000x80=240.000) e ne vinci 20 (totale 5.000x20=100.000). La perdita netta su 100 giocate è dunque 240.000-100.000=140.000, pari a 1.400 per mano. È evidente l'assurdità di vedere.

SCACCHI

La partita è stata giocata nel torneo di Cappelle-la-Grande (Francia) 2016, vinto da Gata Kamsky. Il Nero ha vinto giocando il grazioso sacrificio di Alfiere 1...A:h3+!; ed ora 2. R:h3 (se 2. Rh1, c'è matto subito con 2...Df1), Df1+; 3. Rg4, Ce5+; 4. Rh5 (se 4. Rh5, Dh3 matto), Dd3+; 5. Ae4, Dd7 scacco matto.

3	9	4	2	1	5	7	6	8
5	2	7	3	8	6	4	1	9
1	6	8	4	7	9	5	3	2
6	1	9	5	3	7	8	2	4
4	5	3	8	6	2	1	9	7
7	8	2	1	9	4	6	5	3
8	4	6	9	5	3	2	7	1
2	3	5	7	4	1	9	8	6
9	7	1	6	2	8	3	4	5

C	U	B	O	B	L	F	O	R	D	B	L	A	O	S							
S	U	S	S	I	E	G	O	S	O	P	I	E	D	E	B	U	R	R	O		
A	L	L	E	V	I	A	R	E	D	O	N	N	E	S	C	A	A	N	D		
P	L	O	R	A	B	E	P	E	R	V	E	N	I	R	E	R	A	I			
I	L		I	L	V	I	S	C	O	N	T	E	D	I	M	E	Z	Z	A	T	O
T	E	A	M	V	I	C	T	O	R	I	A	R	E	G	I	A	O	T	O		
T	E	R	M	E	R	C	A	T	O	R	I	S	T	R	E	T	T	O			
M	A	R	A		T	E	L	E	F	O	N	A	T	A		I	A	L	I	N	I
T	A	B	O	R		U	M	I	D	O		C	A	R	S		R	O	D	I	N
A	R	I	S	T	A		A	O	R	M	E	A		E	T	T	A	G	O	N	O
G	V		T	O	N	E	R		R	A	I	N	E	R		A	U	S	I	L	I
L	I	T	O	R	A	N	E	A		A	S	S	E	N	T	I		C	O	V	O
I	N	E	V	A	S	O		I	G	L	O		A	S	I	A	G	O		E	T

Intervista

STEFANO RIZZATO MILANO

«Rafforzare il pubblico per rafforzare il privato. E valorizzare il nostro patrimonio con questa relazione, che resta fondamentale ma va impostata su basi diverse». È il senso e lo scopo della riforma dei beni culturali. Ed è la rivoluzione che auspica Stefano Baia Curioni, professore associato all'Università Bocconi di Milano e membro del Consiglio Superiore dei Beni Culturali. Professore, perché l'Italia fatica a far fruttare le sue bellezze? «Scontiamo le conseguenze di una legge - la Ronchey del 1993 - e di un'impostazione che hanno separato in modo

“Per valorizzare la Grande Bellezza ci vuole una strategia d'ampio respiro”

Baia Curioni: ripensiamo il rapporto tra pubblico e privato

sbagliato le competenze sui beni culturali. Al pubblico spettavano la tutela e la conservazione. Al privato toccava la gestione dei servizi aggiuntivi, attraverso le concessioni. Ma negli anni si sono create delle zone grigie. E l'attenzione si è concentrata su pochi poli di maggior attrattiva, come gli Uffizi o i Fori Imperiali.

Insomma di valorizzazione, alla fine, se n'è fatta poca.

«Il risultato è stato disastroso. E infatti, fino a poco tempo fa, l'insieme dei beni statali italiani produceva con i servizi aggiuntivi l'equivalente di un grande museo statunitense. Circa 40 milioni di fatturato, nel 2010.

Vuol dire che quel sistema ha fallito. Che il tema non è stato preso sul serio, con ricadute sia sulla sostenibilità complessiva del patrimonio sia a livello di competenze».

Come invertire la rotta?

«La riforma e l'idea dei musei autonomi vanno in questo senso: riaffidano al ministero - quindi al pubblico - il ruolo di progettazione complessiva che deve avere. È solo predisponendo una pianificazione pluriennale, organica, strategica, che un importante polo culturale può trovare gli investimenti dei privati. Che a quel punto non partecipano più con un ruolo da "shareholder" e guardando al

guadagno sul breve periodo. Ma diventano partner per un progetto di ampio respiro. È la strada seguita da tutti, dal Metropolitan di New York al Louvre di Parigi: le istituzioni culturali sono responsabili in toto del loro patrimonio. Ai privati non affittano il bookshop, ma offrono un orizzonte e una partnership più complessiva».

I cambiamenti nel turismo quanto influiscono?

«C'è uno scenario più competitivo, con nuovi Paesi emergenti. Ma c'è un discorso più profondo: il turismo crea sviluppo solo se non alimenta rendite di posizione».

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI