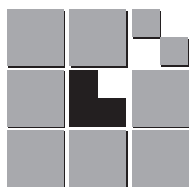


OSSERVATORIO
CULTURALE
DEL PIEMONTE ©

2004

RELAZIONE ANNUALE



OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE

L'IRES Piemonte è un istituto di ricerca che svolge la sua attività d'indagine in campo socio-economico e territoriale, fornendo un supporto all'azione di programmazione della Regione Piemonte e delle altre istituzioni ed enti locali piemontesi. Costituito nel 1958 su iniziativa della Provincia e del Comune di Torino con la partecipazione di altri enti pubblici e privati, l'IRES ha visto successivamente l'adesione di tutte le Province piemontesi; dal 1991 l'Istituto è un ente strumentale della Regione Piemonte.

L'IRES è un ente pubblico regionale dotato di autonomia funzionale disciplinato dalla legge regionale n. 43 del 3 settembre 1991.

Costituiscono oggetto dell'attività dell'Istituto:

- *la relazione annuale sull'andamento socio-economico e territoriale della regione;*
- *l'osservazione, la documentazione e l'analisi delle principali grandezze socio-economiche e territoriali del Piemonte;*
- *rassegne congiunturali sull'economia regionale;*
- *ricerche e analisi per il piano regionale di sviluppo;*
- *ricerche di settore per conto della Regione Piemonte e di altri enti e inoltre la collaborazione con la Giunta Regionale alla stesura del Documento di programmazione economico finanziaria (art. 5 l.r. n. 7/2001)*

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Mario Santoro, *Presidente*

Maurizio Tosi, *Vicepresidente*

Paolo Ferrero, Antonio Monticelli, Enrico Nerviani, Michelangelo Penna,
Raffaele Radicioni, Maurizio Ravidà, Furio Camillo Secinaro

COMITATO SCIENTIFICO

Mario Montinaro, *Presidente*

Valter Boero, Sergio Conti, Angelo Pichierri,

Walter Santagata, Silvano Scannerini, Gianpaolo Zanetta

COLLEGIO DEI REVISORI

Giorgio Cavalitto, *Presidente*

Giancarlo Cordaro e Paola Gobetti, *Membri effettivi*

Mario Marino e Ugo Mosca, *Membri supplenti*

DIRETTORE

Marcello La Rosa

STAFF

Luciano Abburrà, Stefano Aimone, Enrico Allasino, Loredana Annaloro, Maria Teresa Avato,
Marco Bagliani, Giorgio Bertolla, Antonino Bova, Paolo Buran, Laura Carovigno, Renato Cagno,
Luciana Conforti, Alberto Crescimanno, Alessandro Cunsolo, Elena Donati, Carlo Alberto Dondona, Fiorenzo
Ferlandino, Vittorio Ferrero, Filomena Gallo, Tommaso Garosci, Maria Inglese, Simone Landini, Renato
Lanzetti, Antonio Larotonda, Eugenia Madonia, Maurizio Maggi, Maria Cristina Migliore,
Giuseppe Mosso, Carla Nanni, Daniela Nepote, Sylvie Occelli, Santino Piazza, Stefano Piperno,
Sonia Pizzuto, Elena Poggio, Lucrezia Scalzotto, Filomena Tallarico, Luigi Varbella, Giuseppe Virelli

© 2005 IRES - Istituto di Ricerche Economico - Sociali del Piemonte
via Nizza 18 - 10125 Torino
Tel. 011.66.66.411 - Fax 011.66.96.012

Iscrizione al Registro tipografi ed editori n. 1699,
con autorizzazione della Prefettura di Torino del 20/05/1997

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

OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE

Soci sottoscrittori del Protocollo d'Intesa

Regione Piemonte
IRES Piemonte
Provincia di Torino
Città di Torino
Compagnia di San Paolo
Fondazione Cassa di Risparmio di Torino
AGIS
Fondazione Fitzcarraldo

Soci aderenti

Provincia di Cuneo

Sede istituzionale: IRES Piemonte – via Nizza 18, 10125 Torino

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

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

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

Direttore dell'Osservatorio Culturale del Piemonte: Luca Dal Pozzolo

RELAZIONE ANNUALE 2004

Redazione a cura di Fondazione Fitzcarraldo

Alessandro Bollo, Luisella Carnelli, Luca Dal Pozzolo, Cristina Favaro, Alessandra Gariboldi, Lorenzo Germak

e

IRES Piemonte: Carlo Alberto Dondona

Elaborazioni cartografiche: Lorenzo Germak

Ufficio Editoria IRES Piemonte: Maria Teresa Avato, Laura Carovigno

Impaginazione

Edit 3000 – Torino

Stampa

Grafica ESSE – Orbassano (To)

Si ringrazia per la collaborazione:

Regione Piemonte: Assessorato alla Cultura ed Istruzione – Direzione 31 Beni Culturali – Direzione 32 Promozione Attività Culturali, Istruzione e Spettacolo – Assessorato al Bilancio, Finanze, Programmazione Economica, Personale e sua Organizzazione, Patrimonio e Politiche per l'Efficienza, Espropri – Direzione 8 Programmazione e Statistica – Osservatorio Statistico Indicatori Fisici Enti Locali

Città di Torino: Divisione Servizi Culturali – Settore Musei, Settore Eventi Culturali, Settore Beni Culturali e Mostre, Settore Educazione e Patrimonio Culturale

Ministero per i Beni e le Attività Culturali: Osservatorio dello Spettacolo, Segretariato Generale Servizio Affari Generali e Amministrativi, SISTAN – Ufficio di Statistica

AGIS; AIE – Associazione Italiana Editori; Associazione Culturale Marcovaldo; Associazione Torino Città Capitale Europea; ATL Canavese e Valli di Lanzo; CERVED; Compagnia di San Paolo; Consulte per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali di Alessandria, Fossano, Savigliano e Torino; Cooperativa EtaBeta; Fondazioni delle Casse di Risparmio di Alessandria, Asti, Biella, Bra, Cuneo, Fossano, Saluzzo, Savigliano, Torino, Tortona, Vercelli; ISTAT; Osservatorio Fondazioni; Osservatorio Regionale sulle Mercato del Lavoro; Osservatorio Regionale sul Turismo; Soprintendenza Archivistica per il Piemonte e la Valle d'Aosta; Soprintendenza per i Beni Archeologici; Soprintendenza per i Beni Architettonici e il Paesaggio; Soprintendenza per il Patrimonio Storico, Artistico e Demoantropologico; Soprintendenza Speciale al Museo delle Antichità Egizie

Si ringraziano inoltre:

Damiano Aliprandi, Roberta Balma Mion, Elisabetta Ballaira, Massimo Beretta Liverani, Annamaria Bertolina, Giulia Bertorello, Amanzio Borio, Anna Maria Buzzi, Marco Camoletto, Marco Chiriotti, Renato Cogno, Stefania Coni, Gianni Corino, Luca Davico, Dario Disegni, Mauro Durando, Vittorio Falletti, Elena Filippini, Roberto Fontana, Daniela Formento, Bruno Gallino, Paola Ganio Vecchiolino, Patrizia Garrone, Erica Gay, Orsola Ghedini, Cristina Giacobino, Daniele Jallà, Maria Leddi, Francesca Leon, Rita Marchiori, Cristina Mecchia, Massimo Melotti, Claudio Merlo, Maria Mina, Franca Mollo, Roberto Morano, Giuseppina Negro, Clelia Parvopassu, Piero Antonio Pastore, Giovanni Peresson, Patrizia Picchi, Giorgio Pugliaro, Morena Rabottini, Maria Luisa Re Fiorentin, Ugo Sandroni, Piera Sartore, Sergio Scamuzzi, Antonio Taormina, Vincenzo Simone, Mark Vanderbeeken, Alberto Vanelli, Francesco Vergnano, Carlo Viano, Salvatore Vitrano, Nadia Zito.

Un ringraziamento a tutti gli operatori culturali per la loro collaborazione

Redazione a cura di: Alessandro Bollo (2.4, 3.4); Luisella Carnelli (1.5, 3.3, 3.5); Cristina Favaro (1.5, 1.6, 2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4); Alessandra Gariboldi (3.2); Lorenzo Germak (1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 3.5).

Introduzione e osservazioni conclusive (capitolo 4) a cura di Luca Dal Pozzolo.

<i>Presentazione</i>	VII
<i>Introduzione</i>	IX
<i>Capitolo 1</i>	
I consumi culturali	1
1.1 Musei e beni culturali	3
1.2 Le tessere di libero accesso ai musei di Torino e del Piemonte (2004)	18
1.3 Le mostre	21
1.4 I saloni	25
1.5 Lo spettacolo dal vivo	26
1.6 Il cinema	37
<i>Capitolo 2</i>	
Gli aspetti economici e occupazionali	49
2.1 Le risorse per la cultura: uno sguardo d'insieme	51
2.2 Le risorse pubbliche per la cultura	52
2.3 Gli interventi dei privati	56
2.4 L'occupazione culturale in Piemonte	60
<i>Capitolo 3</i>	
La produzione culturale	63
3.1 La produzione culturale e le sue filiere	65
3.2 L'industria dei contenuti	66
3.3 Lo spettacolo dal vivo	73
3.4 Le biblioteche	82
3.5 Il non profit e il volontariato culturale	84
<i>Capitolo 4</i>	
Osservazioni conclusive	87
4.1 Musei, mostre e patrimonio culturale	90
4.2 Lo spettacolo dal vivo in Piemonte	95
4.3 Il cinema in Piemonte	98
4.4 Le biblioteche in Piemonte	100
4.5 La spesa per la cultura: bilancio di un quinquennio	101
4.6 L'occupazione in Piemonte	103
4.7 Le industrie culturali	104
4.8 Nodi problematici	107
<i>Bibliografia</i>	109

La presentazione della Relazione Annuale dell'Osservatorio Culturale del Piemonte costituisce il momento più opportuno per fare alcune considerazioni sull'andamento del settore culturale in Piemonte. Con la settima Relazione, oltre a svariate indagini specifiche e pubblicazioni, è possibile dire anche di più e fare un bilancio di quasi dieci anni di intense politiche culturali.

Il risultato in termini di pubblico rappresenta l'indicatore più evidente e significativo di una strategia che ha visto il comune impegno dei diversi operatori pubblici (dalla Regione alle Province, agli enti locali o le stesse istituzioni museali) e non (come le fondazioni di origine bancaria e i privati) a investire sulla cultura e sui beni culturali come fattore di sviluppo locale e asse cruciale per la valorizzazione del territorio regionale.

La strategia si è articolata in modo complesso nel corso dell'ultimo decennio, ponendo le basi per un radicale mutamento del sistema cultura in Piemonte di cui l'aumento costante del numero di visitatori rappresenta solo l'elemento più appariscente.

Sono stati effettuati cospicui sforzi finanziari: grandi investimenti quantificabili in non meno di 750 milioni di euro in un decennio i cui risultati sono, tuttavia, in gran parte ancora da cogliere, soprattutto per quanto riguarda il completamento del circuito delle Residenze Sabaude. Le risorse pubbliche e private destinate alla cultura sono costantemente cresciute nel corso degli ultimi dieci anni, soprattutto per quanto riguarda la spesa regionale.

Tra il 1995 e il 2004 tredici musei sono stati riaperti o creati *ex novo* nella sola area metropolitana, e poco meno di 20 a livello regionale: un sostanzioso incremento dell'offerta a cui è corrisposto un relativo incremento della domanda, non più semplicemente legato ai grandi eventi attrattori come le ostensioni della Sindone, ma segno di una efficace politica di produzione culturale da parte delle istituzioni museali, con un'evidente ricchezza di mostre ed eventi.

A questo si aggiungono aspetti magari meno appariscenti ma sicuramente importanti quali l'innovazione dei modelli gestionali, la cooperazione interistituzionale (Fondazione del Museo Egizio, primo caso in Italia affidamento della gestione di un bene statale a una Fondazione che vede presenti, oltre allo Stato, enti pubblici e privati), la creazione del Sistema Museale Metropolitano, l'innovazione nei modelli di fruizione attraverso formule di successo come l'Abbonamento Musei, la ricerca di standard di qualità come strumento per meglio supportare la programmazione.

Per il futuro si pone un problema di sostenibilità di questa dinamica per poter completare i lavori ancora in corso e rendere efficace tutto il complesso degli investimenti effettuati.

Serve, dunque, una strategia che sappia destinare in modo mirato ed efficace le risorse disponibili, che punti sempre di più all'allargamento degli attori sociali e a un maggior coinvolgimento delle comunità locali per contribuire e sostenere lo sforzo per la produzione, la fruizione e l'accessibilità culturale sull'intero territorio regionale.

GIOVANNI OLIVA
Assessore alla Cultura
Regione Piemonte

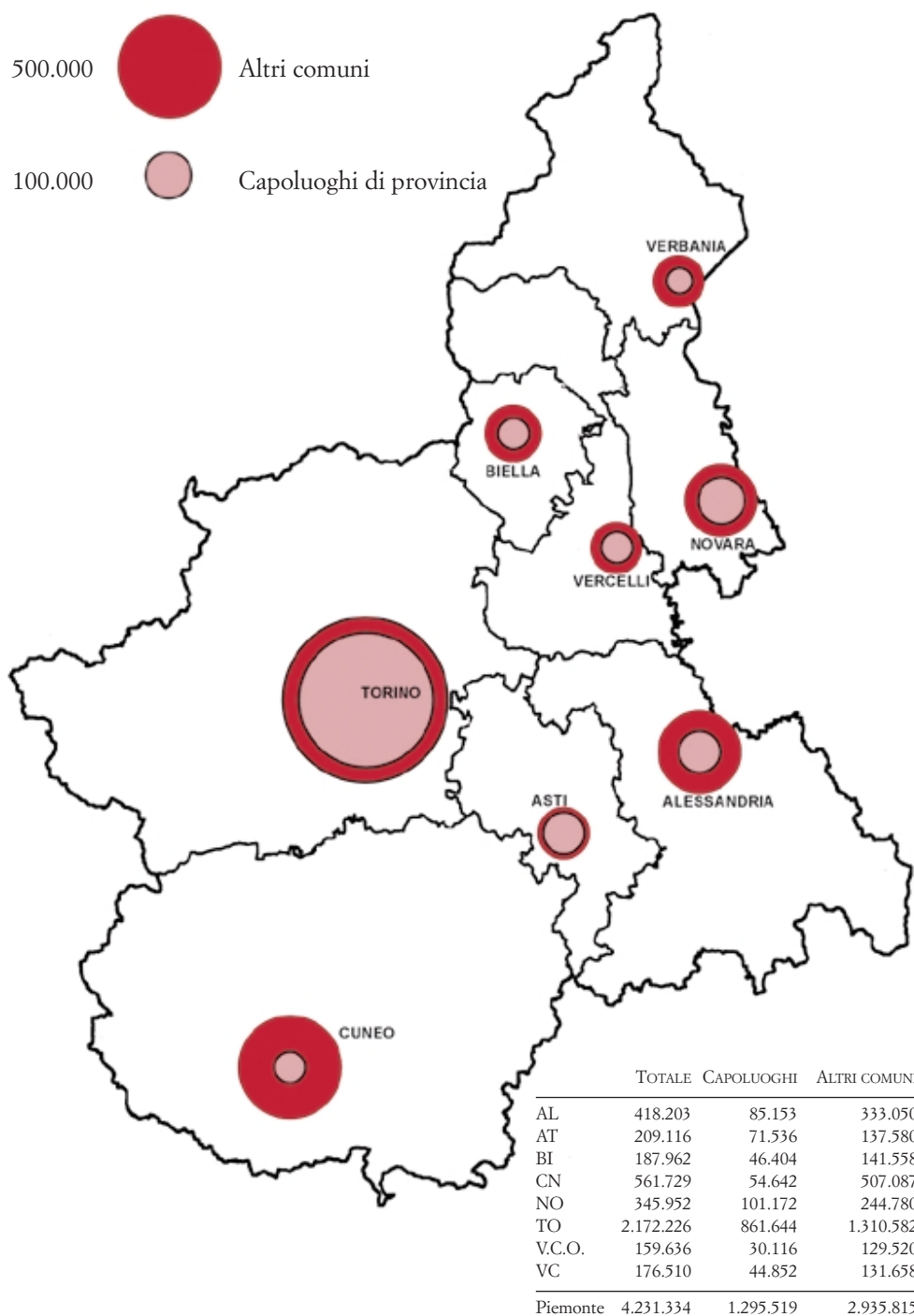
AVV. MARIO SANTORO
Presidente Commissione di Indirizzo
Osservatorio Culturale del Piemonte

La Relazione Annuale di quest'anno procede a esporre e commentare i principali fenomeni nel solco tracciato dalle sei precedenti edizioni, ma segna anche un punto di svolta e un tentativo di fornire uno sguardo non più soltanto sincronico sul mondo culturale. Sette anni di attività dell'Osservatorio Culturale del Piemonte hanno permesso di accumulare, sedimentare e stratificare elementi di conoscenza, riflessioni, previsioni, serie storiche che rappresentano un materiale altrettanto interessante da indagare, rispetto all'evolvere dello scenario attuale. Abbiamo cominciato a farlo quest'anno: spinti dalla necessità di riflettere su come migliorare i nostri sistemi di indagine e di rilevamento in termini operativi, abbiamo provato a scandagliare queste serie storiche, a operare confronti diacronici per vedere se in una prospettiva di medio periodo non emergessero dinamiche di più ampio respiro, difficilmente rilevabili nelle fibrillazioni contingenti, e soprattutto per verificare se l'insieme delle indagini, dei dati e delle considerazioni sedimentate permette un'interpretazione significativa.

Le osservazioni conclusive testimoniano questa prima riflessione e introducono temi trasversali ai diversi sub settori dell'attività culturale che ci sembrano rappresentare altrettante occasioni per una meditazione di scenario e per una sfida a misurare gli strumenti di ricerca e di indagine su temi di forte complessità. L'esigenza "conservativa" di mantenere costanti criteri di inclusione/esclusione dei soggetti da analizzare, di proseguire le serie storiche permettendone la confrontabilità, di replicare il più possibile le stesse analisi per riuscire a cogliere anche oscillazioni e variazioni di piccolo rilievo necessita sempre più di essere integrata da nuovi approcci di ricerca e indagini che esplorino i cambiamenti in corso in modo innovativo e ne restituiscano quadri interpretativi capaci di evolvere. Questo doppio registro ci sembra tracciare per il prossimo futuro una dimensione di ricerca che – ferme restando le esigenze di continuità statistica e assestati gli ordini di grandezza generali – sia capace di sollevare problemi e dubbi, di utilizzare i dati come strumenti per formulare ipotesi e tentare di rendere conto della complessità attuale.

LUCA DAL POZZOLO
Direttore
Osservatorio Culturale del Piemonte

Fig.1 POPOLAZIONE RESIDENTE IN PIEMONTE (2003)



Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT maggio 2005

I CONSUMI CULTURALI

1.1 MUSEI E BENI CULTURALI

Nel 2004 le visite ai 90 musei e beni culturali piemontesi monitorati dall'OCP superano nuovamente la soglia dei 3 milioni, con 112.000 ingressi in più rispetto al 2003¹ pari a un incremento del 3,7%. Il Sistema Museale Metropolitano segna 160.000 visitatori in più rispetto all'anno precedente. Nel resto del territorio le presenze totali registrate nel 2004 sono state di poco inferiori alle 930.000 unità; si registra una flessione delle presenze di circa 47.000 ingressi. A livello nazionale, nei beni statali, nel 2004 sono state registrate circa 1.500.000 visite in più rispetto al 2003, cifra che corrisponde a un aumento del 5% delle affluenze.

Il confronto storico dal 1993 al 2004 nell'ambito del Sistema Museale Metropolitano (SMM) vede più che triplicati gli ingressi ai musei e ai beni culturali. Allargando il confronto all'intera regione i visitatori totali in Piemonte passano in 7 anni da 2,2 milioni a quasi 3,2 milioni (+45%)². L'insieme dei musei statali italiani passa dai 26 milioni di visitatori del 1997 ai quasi 33 milioni del 2004, con un incremento che si aggira intorno al 27%. Il SMM mostra un trend di crescita dei visitatori circa cinque volte superiore a quello dei musei statali e tale risultato rappresenta un indicatore significativo di una strategia che ha visto operatori istituzionali investire su cultura e beni culturali come fattore di sviluppo locale e asse cruciale per la valorizzazione del territorio torinese e regionale³.

Dopo la fase di stabilità del triennio 2000-2002 i consumi museali regionali sono oggetto di una dinamica di crescita inaugurata nel 2003, primo anno di superamento della soglia dei 3 milioni di visite complessive sul territorio regionale e confermata nel 2004, con un aumento del 3,7% rispetto all'anno precedente. Il panorama dell'offerta si conferma come un sistema in profondo rinnovamento e ampliamento, i cui effetti si potranno cogliere solo fra alcuni anni, quando sarà terminata la lunga stagione di cantieri e restauri⁴ incentivata dalla candidatura di Torino come sede dei Giochi olimpici invernali che si terranno, oltre che in città, anche in Val Susa, Val Chisone e Val Pellice, dal 10 al 26 febbraio 2006. A tale quadro di crescita e riposizionamento strategico dell'offerta culturale nel panorama torinese corrisponde un'altrettanto densa stagione di rinnovamenti sul territorio regionale, anche se minore in termini dimensionali e di volumi di investimento, che vede nei restauri e nelle aperture dei Forti di Exilles, di Bramafam e di Vinadio e nella nascita del Museo dei Campionissimi a Novi Ligure (AL) alcune fra le novità più interessanti per lo sviluppo del sistema dei beni culturali regionale. Il trend di crescita potrebbe essere ulteriormente sostenuto nel medio termine dagli eventi olimpici, che potranno rappresentare un veicolo di promozione del patrimonio culturale, si spera allargato all'intero Piemonte e non solo focalizzato sul capoluogo.

Le affluenze ai musei: uno sguardo oltre regione

I dati disponibili a livello nazionale, suddivisi per ciascuna regione e istituzione, riguardano i beni di proprietà dello Stato. Per quanto riguarda l'insieme dei beni statali localizzati in Piemonte si può parlare di un 2004 molto positivo in termini di affluenze, dato confortante se paragonato all'ultimo triennio caratterizzato da valori pressoché stabili.

Nel 2004 le visite registrate a livello nazionale nei musei e beni statali monitorati dal SISTAN⁵ sono state 32.666.708. Si rileva un aumento del 5% rispetto al dato del 2003.

Suddividendo il paese per macro aree geografiche si manifesta chiaramente il maggiore peso del Centro rispetto al Nord e al Sud, per numero tanto di affluenze quanto di beni. Al

¹ Tale cifra fa riferimento esclusivamente ai beni confrontabili con il 2003, comprese le riaperture di strutture già monitorate negli anni precedenti.

² Il totale di 3.199.554 visite sul territorio regionale tiene conto anche delle strutture monitorate a partire dal 2004: la Fondazione Sandretto Re Rebaudengo di Torino all'interno del Sistema Museale Metropolitano, il Castello Reale di Govone e il Museo Storico Etnografico "Augusto Dorio" presso il Castello di Rocca de' Baldi in provincia di Cuneo e il Museo dell'Ombrello e del Parasole a Gignese (VB).

³ Vedi capitolo 4.

⁴ Il programma di maggior impegno è il cantiere della Reggia di Venaria Reale, che detiene il primato come opera di restauro più grande d'Europa; i prossimi interventi saranno il rinnovamento del Museo Egizio con lo spostamento della Galleria Sabauda nella Manica Nuova di Palazzo Reale, la riapertura del Museo di Arte Antica a Palazzo Madama e il recupero delle ex-OGR (Officine Grandi Riparazioni) destinate ad ampliare gli spazi a disposizione della Galleria d'Arte Moderna di Torino.

⁵ Sistema Statistico Nazionale.

Centro sono infatti localizzati il 51% delle visite e il 43% dei beni; Nord e Sud hanno un peso analogo quanto a visite (rispettivamente il 24% e il 25%) ma differente quanto a concentrazione di beni: il 24% dei beni monitorati si trova infatti al Nord, mentre i beni localizzati al Sud, più numerosi, equivalgono al 34% del totale.

È situata però nel Centro Italia la maggior parte dei beni (4 su 6) in grado di attrarre oltre 1 milione di presenze: di questi, i due più visitati sono il Circuito Archeologico Colosseo-Palatino a Roma e il Parco del Castello di Miramare a Trieste⁶ (oltre 3 milioni di visite); seguono il Pantheon a Roma, la Galleria degli Uffizi e Corridoio Vasariano e la Galleria dell'Accademia a Firenze e, infine, gli Scavi Vecchi e Nuovi di Pompei. Oltre a questo gruppo di beni se ne contano altri 6 con numero di affluenze compreso tra 500.000 e 1 milione, 23 le cui visite sono tra le 200.000 e le 500.000, 48 che registrano tra le 50.000 e le 200.000 visite e 376 con affluenze inferiori alle 50.000.

Tra i 22 musei, beni e circuiti statali in Piemonte, 16 non superano i 25.000 ingressi. Al di sopra di tale soglia troviamo il Museo delle Antichità Egizie con circa 322.000 visite, il Palazzo Reale con circa 124.000, il Castello e il Parco di Racconigi con 113.080, il Castello Ducale e il Parco di Agliè con 92.177.

Il totale delle visite registrate in Piemonte è 760.000 (con un incremento del 17% rispetto al 2003), quota pari al 2,3% delle affluenze a livello nazionale. Non si evidenziano in questo caso differenze sostanziali rispetto agli anni precedenti (2% nel 2003 e 2,3% nel 2001 e nel 2002).

L'analisi dei dati di affluenza riferiti alle singole regioni vede tra le prime cinque il Lazio (che assorbe poco meno di un terzo delle visite totali a musei e beni statali), la Campania, la Toscana, il Friuli-Venezia Giulia e il Veneto; si registra un incremento delle visite nelle prime tre e una situazione stabile nelle altre due. Il risultato positivo evidenziato dal Lazio (1 milione di visitatori in più rispetto all'anno precedente) è in parte spiegato dal successo di pubblico della mostra "Forma. La città moderna e il suo passato" al Colosseo di Roma (il cui biglietto permetteva la visita a tutto il circuito archeologico), che ha registrato in 6 mesi oltre 1 milione e 700.000 visitatori.

Dieci regioni su 18 incrementano i loro visitatori: sono da segnalare l'incremento record della Liguria (+80%), dovuto soprattutto al ruolo di Genova capitale europea della cultura nel 2004, dell'Umbria (+22%) e quello del Piemonte (+17% rispetto al 2003), grazie soprattutto al Castello Ducale-Parco di Agliè e a Palazzo Reale a Torino.

In leggero incremento gli introiti rispetto al 2003; il costo medio del biglietto cresce ancora e si attesta su un valore di 5,70 euro. I visitatori non paganti sono in maggioranza rispetto ai paganti, ovvero il 52% degli ingressi totali.

Si mantiene pressoché invariato a livello nazionale il numero di visite in occasione della "Settimana per la Cultura", giunta nel 2004 alla sua sesta edizione⁸. In occasione di tale evento sono fruibili gratuitamente i musei e i beni statali, ma anche beni di proprietà di altri enti che aderiscono all'iniziativa. L'edizione 2004 ha previsto una serie di manifestazioni che avevano l'obiettivo di sensibilizzare il pubblico verso l'arte e l'architettura dal secondo dopoguerra a oggi; il valore di 1 milione e 45.000 visite raggiunte è stato del 3% inferiore all'anno precedente. Il Piemonte, in occasione della Settimana per la Cultura, registra circa 30.000 visitatori di beni statali (il 3% circa del totale nazionale).

Passando dal piano nazionale a quello europeo, attraverso le statistiche culturali di alcuni paesi si è ricostruito l'andamento delle visite a musei e monumenti nel periodo 1999-2003. La scelta di adottare valori relativi e non assoluti muove dal fatto che si è in presenza di tipologie di beni differenti a seconda del paese considerato: a titolo esemplificativo in Italia e in Francia l'insieme dei beni monitorati si compone dei soli musei e beni statali, mentre per la Germania sono considerate istituzioni sia pubbliche sia private; pertanto solo un confronto tra le tendenze in atto, e non un confronto quantitativo delle affluenze, può essere significativo.

Dal grafico sull'andamento delle visite nei paesi europei si evidenzia una crescita costante solo per il Regno Unito⁹, i cui dati si riferiscono esclusivamente ai beni sostenuti dal

⁶ Il Parco di Miramare ha accesso libero e gratuito tutti i giorni dell'anno. All'interno del parco si trova il castello, sede del Museo Storico del Castello di Miramare, la cui visita prevede il pagamento di un biglietto. Il dato citato fa riferimento agli accessi al parco.

⁷ Dato in forte crescita rispetto all'anno precedente e conseguenza del successo della fiction televisiva *Elisa di Rivombrosa* che ha riversato nel paese, nel castello e nel parco migliaia di curiosi provenienti da diverse regioni d'Italia e giunti per visitare il set utilizzato per le avventure dei protagonisti della saga televisiva.

⁸ La "VI Settimana per la Cultura, il contemporaneo in Italia" si è svolta dal 24 al 30 maggio 2004.

⁹ La politica adottata fin dal 1998 dal DCMS (Department for Culture, Media and Sports) si è basata sul motto "museums for the many, not just the few" e ha promosso la definizione di nuovi standard di accessibilità ai musei per raggiungere una più vasta gamma di pubblico. È da segnalare inoltre l'ingresso gratuito a partire dal 2001 in molti musei nazionali a pagamento.

Tab.1 VISITE NEGLI ISTITUTI STATALI (2002-2004)*

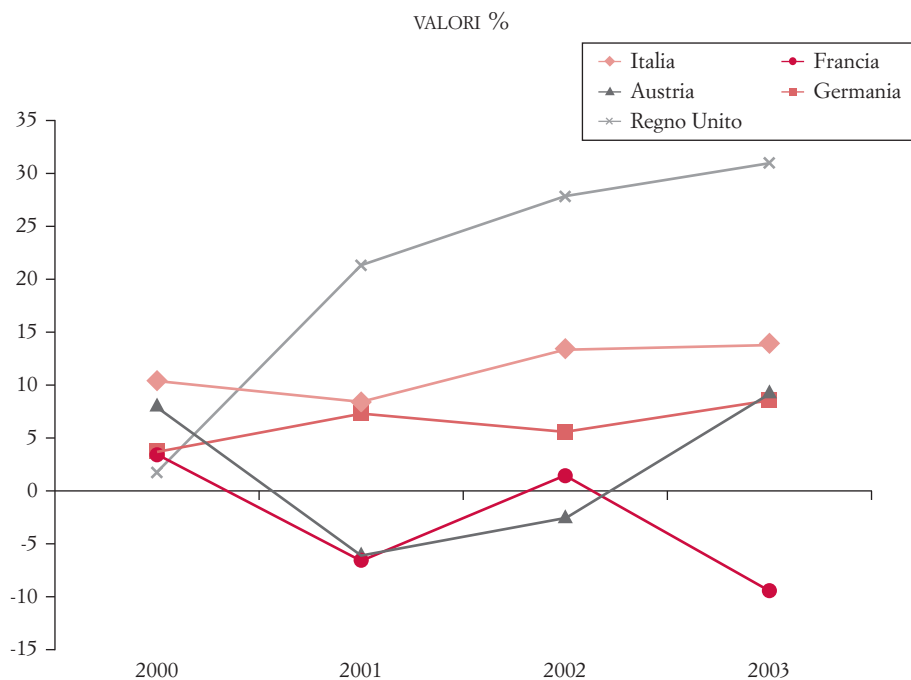
	2002	2003	2004	VARIAZIONI %	
				2002-2003	2003-2004
Lazio	9.408.828	9.267.076	10.374.711	-1,5	12,0
Campania	5.834.677	6.166.107	6.494.228	5,7	5,0
Toscana	5.680.393	5.282.742	5.442.308	-7,0	3,0
Friuli-Venezia Giulia	2.768.605	3.385.726	3.347.012	22,3	-1,0
Veneto	1.650.857	1.647.659	1.623.340	-0,2	-1,0
Lombardia	1.375.581	1.202.090	1.214.292	-12,6	1,0
Emilia-Romagna	1.018.938	1.053.932	885.872	3,4	-16,0
Piemonte	697.082	649.341	760.417	-6,8	17,0
Marche	505.796	466.676	484.456	-7,7	4,0
Puglia	479.644	444.816	431.030	-7,3	-3,0
Calabria	391.976	370.089	364.662	-5,6	-1,0
Umbria	322.391	282.645	343.721	-12,3	22,0
Basilicata	242.077	257.216	287.973	6,3	12,0
Sardegna	320.169	277.975	250.106	-13,2	-10,0
Abruzzo	200.139	201.424	178.401	0,6	-11,0
Liguria	89.312	78.323	141.058	-12,3	80,0
Molise	54.483	51.424	42.685	-5,6	-17,0
Trentino-Alto Adige	488	402	436	-17,6	8,0
Totale Italia**	31.041.436	31.085.663	32.666.708	0,1	5,0

* I dati relativi ai musei e ai beni statali sono aggiornati al febbraio del 2005.

** Il totale dell'Italia non comprende la Sicilia e la Valle d'Aosta.

Fonte: elaborazione OCP su dati SISTAN

Fig.2 MUSEI E BENI CULTURALI DI ALCUNI PAESI EUROPEI: ANDAMENTO DELLE VISITE (2000-2003)



Fonte: elaborazione OCP su statistiche culturali dei paesi europei

Dipartimento nazionale per la cultura, i media e lo sport. Si confermano negli anni andamenti positivi anche per Germania e Italia, sebbene, come si è detto, per l'Italia il dato faccia riferimento esclusivamente ai beni statali, mentre in Germania vengono presi in considerazione anche i visitatori dei beni privati. Per l'Austria si può parlare di un andamento incerto, mentre la Francia registra un sostanziale decremento delle visite dal 2000 al 2003 (-9,5%).

Le visite ai musei e beni culturali piemontesi nel 2004

Nel 2004 i musei e beni culturali oggetto del monitoraggio OCP sono 90, di cui 40 facenti parte del SMM torinese e 50 con sede nel resto del territorio regionale.

Le 90 realtà monitorate rappresentano circa il 17% dei beni oggetto del Censimento dei musei e dei beni culturali del Piemonte 2001,¹⁰ che ha riguardato l'insieme dei beni accessibili al pubblico in forma regolamentata. La "copertura" del monitoraggio OCP è significativa per i beni con affluenza di pubblico superiore alle 100.000 unità,¹¹ ma si riduce man mano che si considerano realtà con affluenze più contenute. Quanto alla tipologia dei beni monitorati, nel 2004 sono stati analizzati 52 musei e 4 centri espositivi, 19 fra castelli, forti e palazzi, 8 beni devozionali e altri 7 beni tra parchi, orti botanici e biblioteche storiche. In aggiunta rispetto al 2003, il monitoraggio 2004 prevede nel SMM, la Fondazione Sandretto Re Rebaudengo e il Museo A come... Ambiente, inaugurato a novembre del 2004 dopo la chiusura della vecchia sede di R come... conoscere e giocare con i rifiuti.¹²

I 90 beni monitorati in regione nel 2004 hanno totalizzato 3.199.554 visite; in particolare, gli 84 beni già presi in esame dall'OCP nel 2003 registrano una crescita dell'affluenza del 3,7%. Tale

¹⁰ Il Censimento, promosso dalla Regione Piemonte, è stato realizzato nel 2002 dall'Osservatorio Culturale del Piemonte (a cura di IRES Piemonte e Fondazione Fitzcarraldo).

¹¹ Sono esclusi dal monitoraggio il Palazzo Borromeo sull'Isola Madre e il Palazzo Borromeo sull'Isola Bella entrambi nella provincia del V.C.O.

¹² Non sono stati monitorati il Museo Civico di Numismatica e Palazzo Madama, il cui Museo d'Arte Antica non è accessibile a causa dei lavori di restauro.

A livello regionale i beni monitorati a partire dal 2004 sono il Castello Reale di Govone e il Museo Storico Etnografico "Augusto Dorio" presso il Castello di Rocca de' Baldi in provincia di Cuneo e il Museo dell'Ombrello e del Parasole a Gignese nella provincia del V.C.O.

Fig.3 MUSEI E BENI CULTURALI DEL PIEMONTE: ANDAMENTO MENSILE DELLE VISITE (2004)

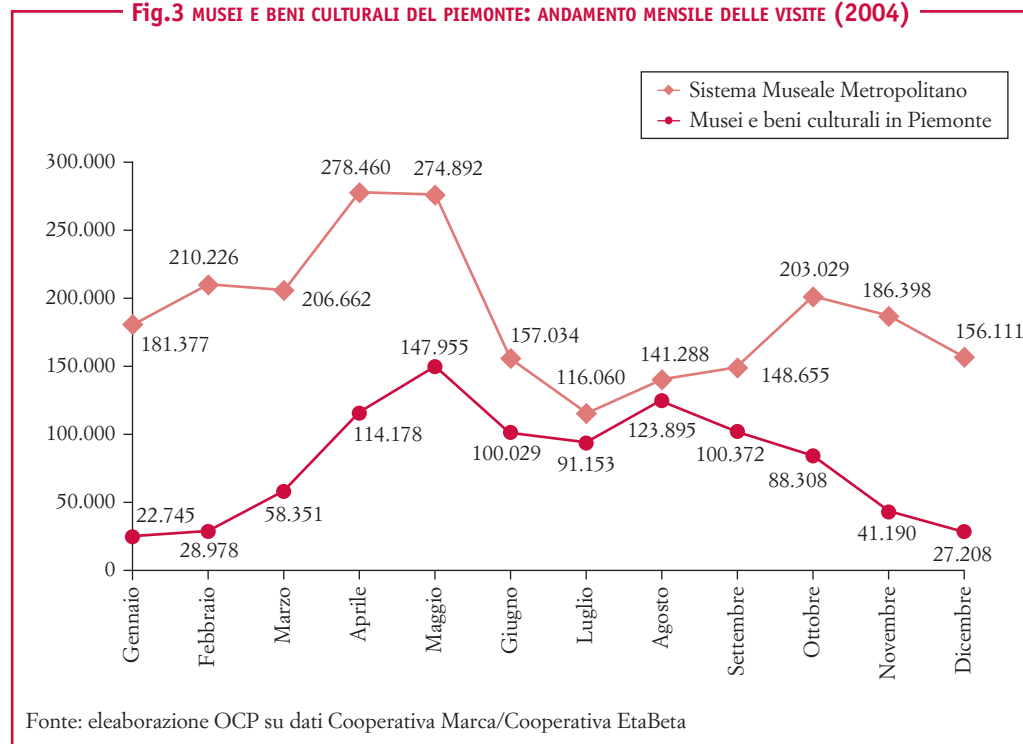


Fig.4 MUSEI E BENI CULTURALI MONITORATI DALL'OCP (2004)

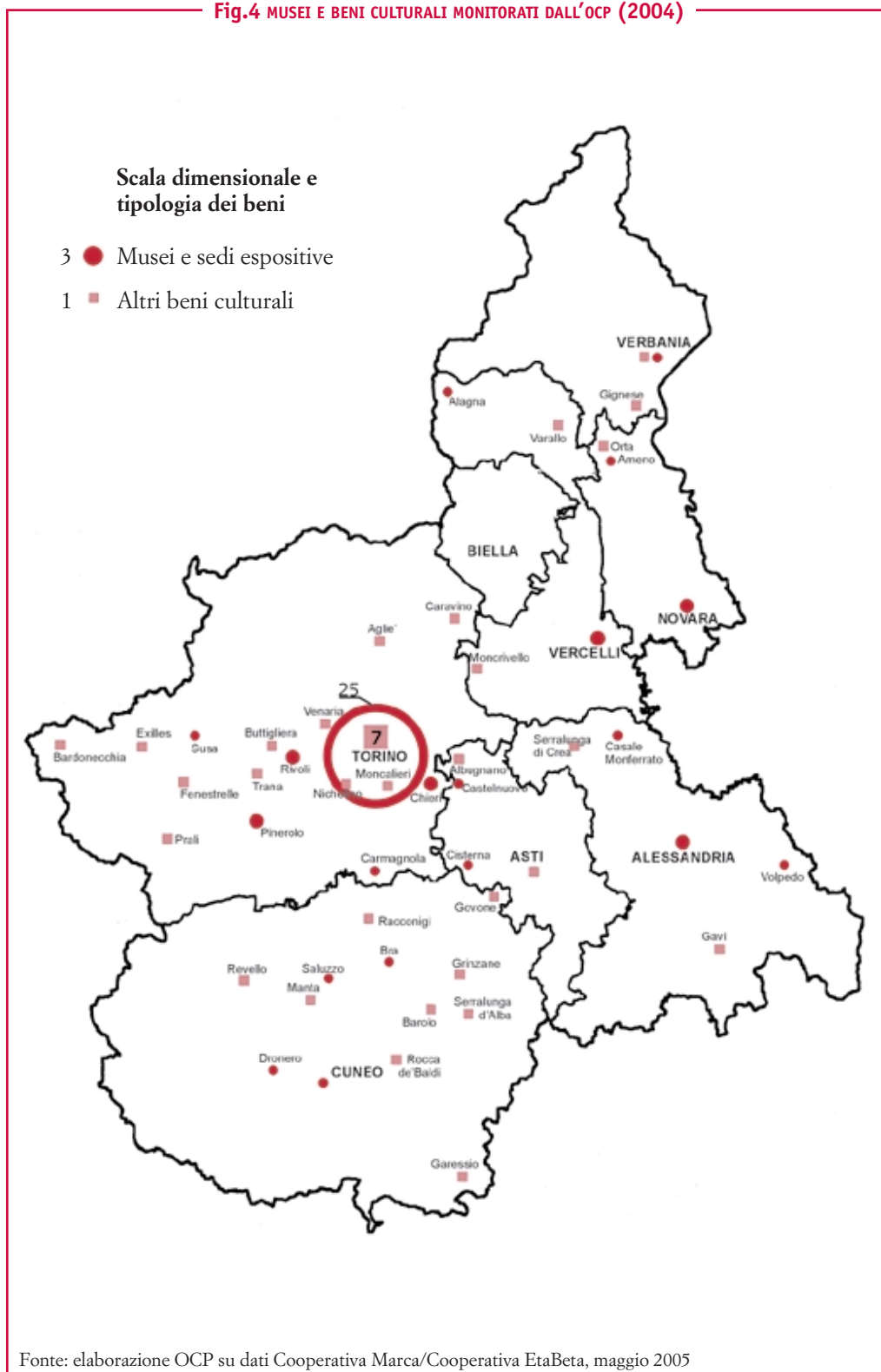
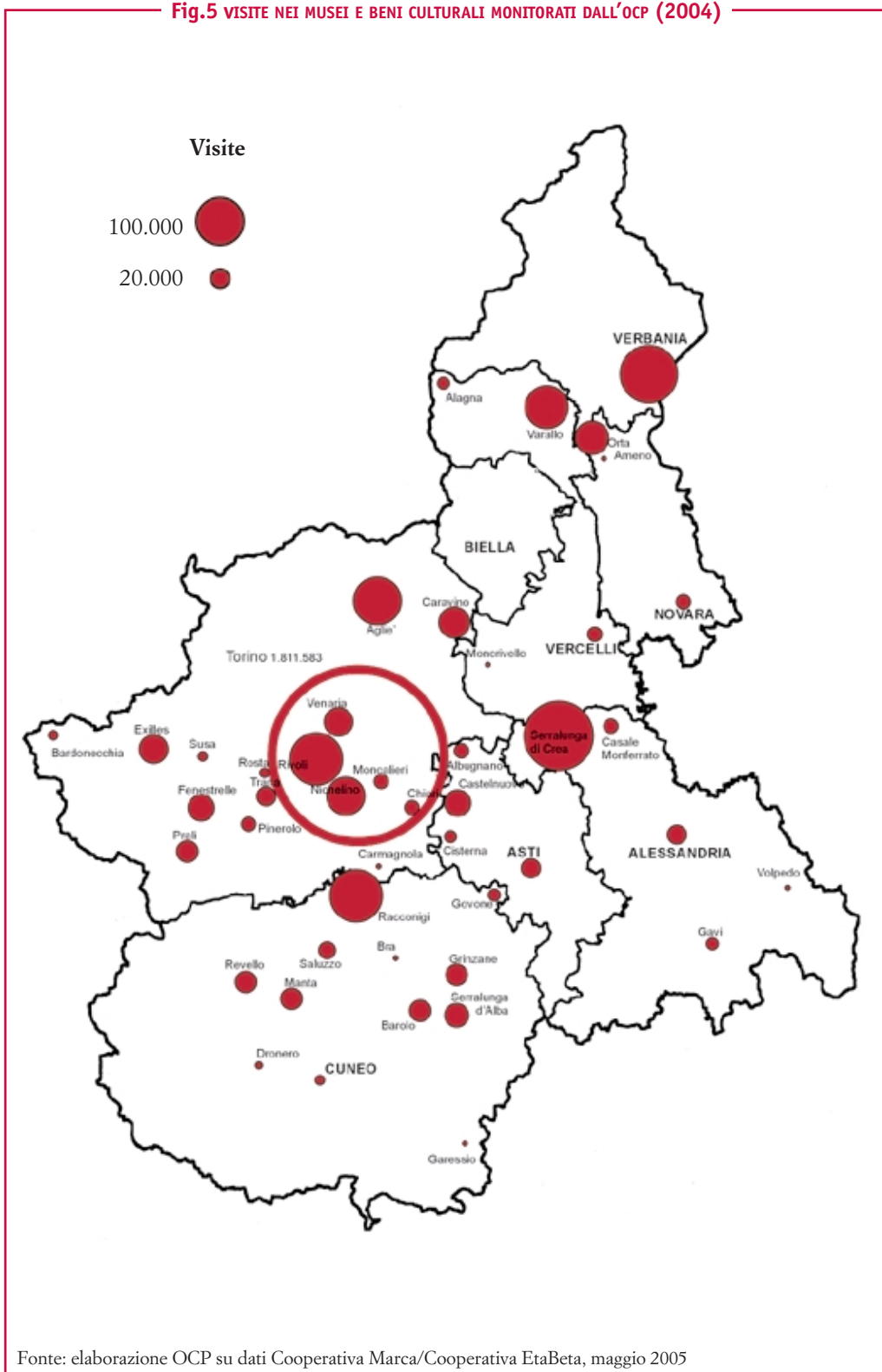


Fig.5 VISITE NEI MUSEI E BENI CULTURALI MONITORATI DALL'OCP (2004)



Fonte: elaborazione OCP su dati Cooperativa Marca/Cooperativa EtaBeta, maggio 2005

aumento, quantificabile in termini assoluti in circa 112.000 ingressi, è il risultato di due situazioni opposte: nel SMM si registra un aumento del 7,7% di visite (su un totale di 40 beni) mentre nel resto della regione si perde il 4,8% dei visitatori (circa 46.000 visite su 50 beni monitorati).

Questa divergenza tra andamento del SMM e beni localizzati sul territorio in realtà è meno evidente di quanto dicano le cifre. Se per il SMM si può parlare effettivamente di crescita delle affluenze grazie a un vitale sistema di offerta di eventi temporanei e iniziative che inducono a rinnovare la visita dei beni nel corso dell'anno, per quanto riguarda il resto del territorio il passivo di affluenze è riconducibile in buona parte al ridimensionamento della domanda complessiva dei Sacri Monti (Crea in provincia di Alessandria, Orta in provincia di Novara e Varallo in provincia di Vercelli), che aveva raggiunto risultati ragguardevoli nel 2003 grazie agli eventi organizzati per celebrare l'iscrizione dei beni nella lista del Patrimonio Mondiale dell'Unesco. Se non si considerano i tre Sacri Monti, i dati di affluenza del 2004 si attestano intorno ai valori del 2003.

La distribuzione delle affluenze nel corso del 2004 vede la maggiore concentrazione nella prima parte dell'anno con un picco ad aprile e maggio; i mesi estivi, da giugno ad agosto, costituiscono il periodo con le più basse affluenze nell'arco dell'intero anno. Anche nel 2004 l'andamento mensile dei visitatori è fortemente influenzato dall'attività espositiva temporanea. Al picco di aprile e maggio corrisponde il periodo di maggior concentrazione delle visite scolastiche ai musei e quello di programmazione più intensa per quanto concerne le mostre temporanee (vedi paragrafo 1.3).

Sistema Museale Metropolitano di Torino (2002-2004)

Nel 2004 il monitoraggio dei musei e dei beni del SMM torinese ha riguardato 40 realtà, che hanno registrato complessivamente 2.260.192 visite, confermando il trend positivo di crescita del 2003. I beni che hanno registrato un aumento di affluenze rispetto al 2003 sono 24, mentre 12 sono quelli che mostrano una contrazione degli ingressi.

Il confronto tra domanda e politiche espositive sembra evidenziare come le performance dei beni siano sempre più influenzate dalla programmazione degli eventi temporanei di richiamo. Nel 2004 nell'ambito dei 24 beni che hanno aumentato i propri visitatori sono state organizzate 49 mostre, mentre nelle 12 sedi in cui le affluenze sono diminuite le esposizioni sono state solamente 12.

Passando all'analisi dei dati di pubblico delle singole istituzioni, il Museo Nazionale del Cinema e il Museo Egizio fanno registrare il più alto numero di visite, rispettivamente 370.000 e 320.000. Il Museo Nazionale del Cinema, i cui dati di pubblico sono comprensivi dei passaggi all'ascensore panoramico, segna nel 2004 un incremento di quasi 30.000 visite (+8,7 rispetto al 2003); il Museo Egizio registra una crescita di circa 20.000 unità (+6,7% rispetto al 2003).

I beni all'interno del SMM che superano le 100.000 visite sono cinque (come nel 2003): la Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea, la Fondazione Palazzo Bricherasio, Palazzo Reale, il Castello di Rivoli e il Castello di Racconigi. Altre sei strutture hanno registrato un numero di visite superiore a 50.000: il Castello Ducale di Agliè, il Museo Regionale di Scienze Naturali, il Museo Nazionale dell'Automobile, la Palazzina di Stupinigi, il Museo Nazionale del Risorgimento e la Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli. Il monitoraggio del SMM ha inoltre riguardato altre 15 strutture che nel 2004 hanno totalizzato ciascuna un numero di visite compreso tra 10.000 e 50.000 e 10 strutture che hanno ottenuto meno di 10.000 visite.

In valori assoluti, gli incrementi maggiori di affluenze sono stati registrati dalla GAM (oltre 110.000 visite in più rispetto all'anno precedente), dal Castello Ducale di Agliè (70.000 visite) e da Palazzo Reale (35.000 visite). L'insieme dei beni convenzionalmente riconducibili al circuito dell'arte contemporanea registra circa 500.000 visite¹³, in aumento del 30% rispetto al 2003.

Relativamente al Circuito delle Residenze Sabaude¹⁴ le visite nel 2004 sono in aumento rispetto al 2003 (546.077, +2%). Complessivamente si può parlare di dato stabile rispetto

¹³ Il dato si riferisce alle seguenti istituzioni legate all'arte contemporanea: Castello di Rivoli-Museo d'Arte Contemporanea, GAM-Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea, Fondazione Italiana per la Fotografia-Museo della Fotografia Storica e Contemporanea, Fondazione Palazzo Bricherasio. A queste va aggiunta la Fondazione Sandretto Re Rebaudengo di Torino, monitorata solo a partire dal 2004.

¹⁴ I beni monitorati sono: Castello di Rivoli-Museo di Arte Contemporanea, Castello di Racconigi, Palazzina di Caccia di Stupinigi-Museo d'Arte e Ammobiliamento, Castello Ducale di Agliè, Reggia di Venaria Reale, Castello di Moncalieri, Palazzo Madama, Palazzo Reale.

Tab.2 SISTEMA MUSEALE METROPOLITANO*: VISITE (2002-2004)

PROV.	COMUNE	MUSEI E BENI CULTURALI	2002	2003	2004	VARIAZIONI %	
						2002-2003	2003-2004
CN	Racconigi	Castello di Racconigi	110.946	109.017	113.080	-1,7	3,7
To	Agliè	Castello Ducale di Agliè	29.326	22.134	92.177	-24,5	316,4
To	Moncalieri	Castello di Moncalieri	9.242	6.498	7.300	-29,7	12,3
To	Nichelino	Palazzina Caccia di Stupinigi	93.476	172.623	64.220	84,7	-62,8
To	Rivoli	Casa del Conte Verde	35.230	25.506	22.099	-27,6	-13,4
To	Rivoli	Castello di Rivoli	95.431	113.272	114.157	18,7	0,8
To	Torino	Armeria Reale	39.525	23.630	1.235	-40,2	-94,8
To	Torino	Biblioteca Reale	9.227	22.440	7.151	143,2	-68,1
To	Torino	Borgo e Rocca Medioevale	51.379	45.628	45.765	-11,2	0,3
To	Torino	Fondazione Italiana Fotografia	11.699	17.285	1.345	47,7	-92,2
To	Torino	Fondazione Palazzo Bricherasio	125.903	132.944	148.698	5,6	11,9
To	Torino	Fondazione Teatro Regio	16.039	11.501	8.147	-28,3	-29,2
To	Torino	Galleria Sabauda	38.000	22.980	27.521	-39,5	19,8
To	Torino	GAM	117.117	124.875	237.047	6,6	89,8
To	Torino	Museo Arti Decorative Accorsi	26.388	32.911	17.975	24,7	-45,4
To	Torino	Museo Civico Pietro Micca	21.945	23.936	10.333	9,1	-56,8
To	Torino	Museo della Sindone	7.149	7.923	10.651	10,8	34,4
To	Torino	Museo di Antichità	28.213	20.414	23.089	-27,6	13,1
To	Torino	Museo Egizio	302.488	298.974	319.166	-1,2	6,8
To	Torino	Museo Nazionale Automobile	35.161	45.381	65.061	29,1	43,4
To	Torino	Museo Nazionale Cinema	308.694	340.110	369.429	10,2	8,6
To	Torino	Museo Nazionale Montagna	40.333	40.004	29.339	-0,8	-26,7
To	Torino	Museo Nazionale Risorgimento	48.048	62.756	63.928	30,6	1,9
To	Torino	Museo Regionale Scienze Naturali	32.276	54.443	72.696	68,7	33,5
To	Torino	Museo Storia Naturale Don Bosco	3.568	5.033	4.141	41,1	-17,7
To	Torino	Orto Botanico	1.846	3.136	5.556	69,9	77,2
To	Torino	Palazzo Barolo	4.771	8.919	9.660	86,9	8,3
To	Torino	Palazzo Cavour	22.805	26.406	46.254	15,8	75,2
To	Torino	Palazzo Madama	48.539	8.270	chiuso	-83,0	-
To	Torino	Palazzo Reale	94.489	88.961	123.975	-5,9	39,4
To	Torino	Pinacoteca Albertina	1.865	3.123	3.910	67,5	25,2
To	Torino	Pinacoteca G. e M. Agnelli	42.128	74.877	58.111	77,7	-22,4
To	Torino	R come...	19.084	14.623	12.000	-23,4	-17,9
To	Torino	Reali Tombe e Basilica di Superga	28.211	29.455	34.065	4,4	15,7
To	Venaria	Castello-Reggia di Venaria Reale	16.175	15.664	31.168	-3,2	99,0
To	Venaria	Appartamenti Reali Borgo Castello	3.055	2.988	4.408	-2,2	47,5
Totale musei monitorati 2002			1.919.771	2.058.640	2.204.857	7,2	7,1
To	Torino	Museo della Resistenza		7.731	10.589		37,0
Totale musei monitorati 2003				2.066.371	2.215.446		7,2
To	Torino	Fondazione Sandretto			34.582		
To	Torino	Museo A come... Ambiente			10.164		
Totale musei monitorati 2004					2.260.192		

Fonte: elaborazione OCP su dati Cooperativa Marca/Cooperativa EtaBeta

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

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

I dati di Palazzo Madama sono relativi alle affluenze delle mostre. Non sono inclusi gli ingressi allo Scalone dell'avancorpo juvarriano.

I dati della GAM includono le affluenze della sede di Villa Remmert di Ciriè (TO).

Nel 2002 non sono pervenuti i dati completi di Palazzo Cavour.

Nel mese di settembre del 2003 la Fondazione Palazzo Bricherasio ha ospitato la Biennale di Fotografia organizzata dalla Fondazione Italiana per la Fotografia. Le relative affluenze sono state aggregate a quelle della Fondazione Italiana per la Fotografia.

I dati del mese di luglio 2004 della Fondazione Sandretto Re Rebaudengo di Torino includono anche le affluenze relative agli eventi.

I dati del mese di novembre 2004 del Museo A... come Ambiente includono anche le affluenze durante l'inaugurazione del museo.

Dal maggio 2004 le sale espositive permanenti del Museo Nazionale della Montagna sono chiuse al pubblico per lavori di restauro.

L'Armeria Reale è chiusa al pubblico per lavori di restauro dal febbraio 2004.

La sede espositiva della Fondazione Italiana per la Fotografia è chiusa dal marzo 2004.

Il Museo Civico Pietro Micca è chiuso da giugno a settembre 2004.

Il Museo R... come è chiuso dal luglio 2004.

La Palazzina di Caccia di Stupinigi è stata chiusa dal 19 febbraio al 1° marzo 2004.

all'anno precedente, anche se variano le affluenze dei beni facenti parte del circuito. La Palazzina di Stupinigi nel 2004 perde oltre 100.000 visitatori; il risultato dell'anno precedente era indubbiamente legato alla mostra "Da Tiziano, a Caravaggio, a Tiepolo" allestita nei primi mesi del 2003, mentre nel 2004 non sono stati ospitati eventi temporanei di pari portata. Il risultato positivo del Castello Ducale di Agliè (+316%) è conseguenza del successo della fiction televisiva *Elisa di Rivombrosa* che ha richiamato nel paese, nell'edificio e nel parco migliaia di curiosi provenienti da varie regioni d'Italia.

Relativamente alla stagionalità delle affluenze, nel corso dell'anno il SMM ha fatto registrare la maggiore concentrazione di visite da gennaio a maggio, periodo in cui gli ingressi mensili variano progressivamente da 180.000 a quasi 280.000 grazie soprattutto al concentrarsi delle visite scolastiche. A partire dal mese di giugno si assiste a un calo che dura sino a settembre incluso; luglio è il mese in cui il numero di visite è più basso, come anche nel triennio precedente. Tuttavia, è proprio nel periodo estivo che si registra l'aumento più consistente di presenze rispetto all'anno precedente. Fra giugno e settembre si registrano nei beni del SMM 160.000 visite in più rispetto al 2003, con un incremento da 400.000 a 560.000 visite. I beni che maggiormente hanno contribuito a tale crescita sono il Castello Ducale di Agliè, la GAM con la mostra "Marc Chagall. Un maestro del '900", Palazzo Cavour con la mostra "Borghesia allo specchio", Palazzo Reale con la mostra "Scrinium Cardinalis" e il Museo Nazionale del Cinema. A fronte dell'intensificarsi della programmazione di eventi temporanei nel periodo estivo si registra, dunque, un aumento significativo delle affluenze che lascia intravedere per il futuro un ruolo più marcato e strutturato per Torino come meta di turismo culturale estivo.

Visite per titolo di ingresso nel Sistema Museale Metropolitano

Le modalità di ingresso con cui si può accedere a musei e beni sono molteplici e diverse a seconda dell'istituzione, cosicché risulta sempre più complesso ricondurle a macrotipologie sulla base delle quali effettuare un confronto storico. Non solo vi sono modalità di ingresso diverse a seconda delle istituzioni, ma queste spesso adottano criteri differenti per classificare alcune tipologie comuni d'ingresso.

Nel 2004 è stato possibile effettuare una ripartizione certa nelle tre principali tipologie, a biglietto intero, ridotto, gratuito, solo per 1.310.037 visite, il 58% del totale delle affluenze registrate. Nei 22 musei del SMM in cui è possibile confrontare i dati, la composizione delle visite per titolo di ingresso vede una redistribuzione nelle incidenze fra biglietti interi e gratuiti: i primi passano dal 22% nel 2003 al 27% del 2004, mentre i gratuiti, che nel corso degli anni vedevano aumentare progressivamente il loro peso, passano dal 49% nel 2003 al 42% del 2004. Più altalenante è invece l'incidenza degli ingressi a prezzo ridotto.

L'andamento stagionale delle visite nel corso dell'anno è simile per le tre tipologie di ingresso ma con qualche differenza: mentre per i biglietti gratuiti si evidenziano due punte di massima, una più accentuata nel mese di maggio l'altra a novembre, per le tipologie dei ridotti e degli interi il picco si registra tra aprile e maggio. Nel mese di maggio sono più numerose le iniziative che prevedono la fruizione gratuita dei beni per i quali normalmente è previsto il biglietto di ingresso a pagamento e sono anche più numerose le visite scolastiche, conteggiate da più musei fra gli ingressi gratuiti. Inoltre, il picco di forte affluenza comprende anche il 1° maggio, giorno in cui i musei sono aperti al pubblico gratuitamente.

Musei e beni culturali delle province del Piemonte (2002-2004)

Nel 2004 le visite nelle 50 realtà monitorate sono state 939.362: l'incidenza sul totale regionale è in lieve diminuzione rispetto ai valori registrati negli ultimi cinque anni, passando dal 31% al 29,5%; di conseguenza il peso del SMM sale dal 69% al 70,5%.

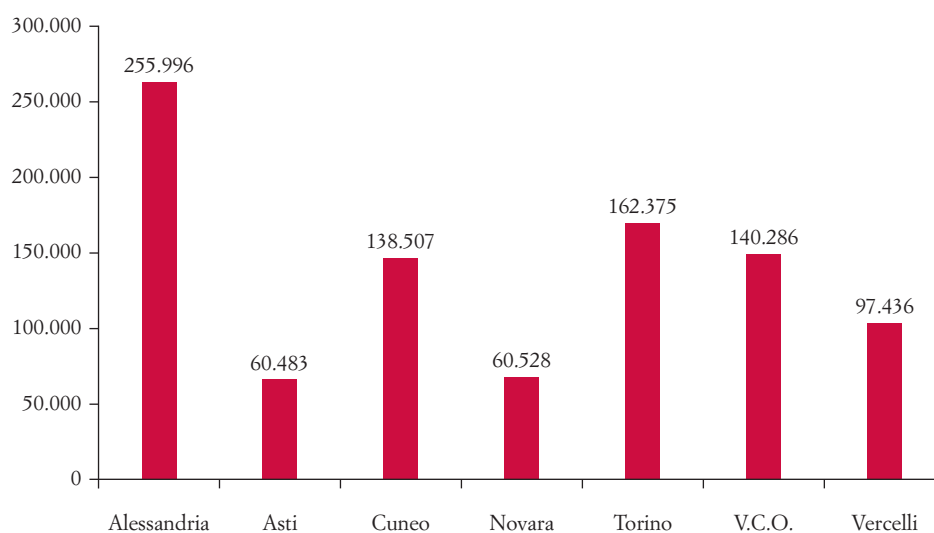
Tab.3 SISTEMA MUSEALE METROPOLITANO TORINESE*: VISITE PER TITOLO DI INGRESSO (2004)

	N° MUSEI	INTERI	RIDOTTI	GRATUITI	TOTALI TITOLI D'INGRESSO**	TOTALI INGRESSI COMPLESSIVI
Gennaio	39	35.073	37.343	52.691	125.107	181.377
Febbraio	39	34.657	44.435	62.594	141.686	210.226
Marzo	39	22.017	37.292	63.196	122.505	206.662
Aprile	39	42.609	56.242	68.259	167.110	278.460
Maggio	39	35.414	51.952	74.078	161.444	274.892
Giugno	39	29.543	28.626	21.183	79.352	157.034
Luglio	39	20.675	18.949	16.155	55.779	116.060
Agosto	39	25.516	16.492	18.681	60.689	141.288
Settembre	39	20.041	21.028	23.337	64.406	148.655
Ottobre	39	31.378	34.642	38.011	104.031	203.029
Novembre	40	28.824	36.392	59.248	124.464	186.398
Dicembre	40	24.723	29.456	49.285	103.464	156.111
Totale		350.470	412.849	546.718	1.310.037	2.260.192

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

** La voce "Totali titoli d'ingresso" deriva dalla somma degli interi, ridotti, gratuiti. Non coincide con la voce "Totali ingressi complessivi" perché di alcuni musei non è stato possibile identificare gli ingressi secondo le tipologie della tabella.

Fonte: elaborazione OCP su dati Cooperativa Marca/Cooperativa EtaBeta

Fig.6 MUSEI E BENI CULTURALI DELLE PROVINCE DEL PIEMONTE: VISITE (2004)

Fonte: elaborazione OCP su dati Cooperativa Marca/Cooperativa EtaBeta

Tab.4 MUSEI E BENI CULTURALI DELLE PROVINCE DEL PIEMONTE*: VISITE (2002-2004)

PROV.	COMUNE	MUSEI E BENI CULTURALI	MESI			VISITE			VARIAZIONI %		
			2002	2003	2004	2002	2003	2004	2002-2003	2003-2004	
AL	Alessandria	Museo di Marengo	12	7	9	7.518	2.230	1.165	-70,3	-47,8	
	Alessandria	Museo Etnografico C'era una volta	12	12	12	14.013	14.725	14.914	5,1	1,3	
	Casale	Museo Civico di Casale Monferrato	12	12	12	5.461	5.712	9.051	4,6	58,5	
	Gavi	Forte di Gavi	12	12	12	6.016	5.505	6.407	-8,5	16,4	
	Serralunga di Crea	Sacro Monte di Crea	12	12	12	172.555	243.948	222.142	41,4	-8,9	
	Volpedo	Studio Pellizza da Volpedo	12	12	12	2.102	8.822	2.317	319,7	-73,7	
	Totale provincia di Alessandria						207.665	280.942	255.996	35,3	-8,9
AT	Albugnano	Abbazia di Vezzolano	12	12	12	12.610	11.058	9.735	-12,3	-12,0	
	Asti	Complesso San Pietro	12	12	12	9.278	9.194	6.556	-0,9	-28,7	
	Asti	Museo Civico Sant'Anastasio	12	12	12	7.792	10.770	7.673	38,2	-28,8	
	Castelnuovo D.B.	Museo Missionario Don Bosco	12	12	12	29.918	30.873	30.350	3,2	-1,7	
	Cisterna d'Asti	Museo Arti e Mestieri di un tempo	11	8	11	7.408	4.423	6.169	-40,3	39,5	
	Totale provincia di Asti						67.006	66.318	60.483	-1,0	-8,8
CN	Barolo	Castello Comunale Falletti di Barolo	8	10	11	14.363	17.508	19.644	21,9	12,2	
	Bra	Museo Civico Craveri di Storia Naturale	11	12	10	3.392	1.818	1.975	-46,4	8,6	
	Cuneo	Museo Civico di Cuneo	12	11	12	5.612	5.309	5.806	-5,4	9,4	
	Dronero	Museo Civico Storico Artistico Mallé	12	12	12	5.750	3.887	3.249	-32,4	-16,4	
	Garessio	Castello Reale di Casotto	4	12	12	1.589	2.173	1.218	36,8	-43,9	
	Grinzane	Castello e Museo Etnografico	11	10	11	22.148	16.075	19.306	-27,4	20,1	
	Guarene d'Alba	Palazzo Re Rebaudengo	5	1	1	1.024	1.200	2.010	17,2	67,5	
	Manta	Castello della Manta	11	11	11	24.918	21.189	21.370	-15,0	0,9	
	Revello	Abbazia di Santa Maria di Staffarda	12	12	12	22.655	21.215	19.575	-6,4	-7,7	
	Saluzzo	Museo Civico Casa Cavassa	3	3	12	215	2.850	12.668	1225,6	344,5	
	Serralunga d'Alba	Castello di Serralunga d'Alba	12	12	12	26.383	23.923	23.294	-9,3	-2,6	
	Totale provincia di Cuneo						128.049	117.147	130.115	-8,5	11,1
	NO	Novara	Civiche Raccolte di Palazzo del Broletto	12	12	12	16.492	12.987	3.110	-21,3	-76,1
Novara		Museo di Storia Naturale Ferrandi	12	12	12	8.519	8.683	7.923	1,9	-8,8	
Orta San Giulio		Sacro Monte di Orta	11	12	12	49.920	51.510	48.205	3,2	-6,4	
Vaccai di Ameno		Fondazione Antonio e Carmela Calderara	6	6	6	1.415	1.261	1.290	-10,9	2,3	
Totale provincia di Novara						76.346	74.441	60.528	-2,5	-18,7	

(continua)

(continua)

PROV.	COMUNE	MUSEI E BENI CULTURALI	MESI			VISITE			VARIAZIONI %	
			2002	2003	2004	2002	2003	2004	2002-2003	2003-2004
To	Bardonecchia	Forte di Bramafam	4	5	4	4.144	4.644	4.129	12,1	-11,1
	Caravino	Castello di Masino	11	11	11	41.881	49.752	43.682	18,8	-12,2
	Carmagnola	Museo Civico Cascina Vigna	9	10	12	4.251	3.192	1.217	-24,9	-61,9
	Chieri	Museo del Tessile	12	12	12	3.000	3.100	4.050	3,3	30,6
	Chieri	Museo Martini di Storia dell'Enologia	11	11	11	7.184	6.624	5.157	-7,8	-22,1
	Exilles	Forte di Exilles	12	12	12	40.684	40.352	35.999	-0,8	-10,8
	Fenestrelle	Forte di Fenestrelle	12	12	12	23.953	22.388	29.538	-6,5	31,9
	Pinerolo	Museo Civico d'Arte Preistorica	12	12	12	9.334	7.233	4.022	-22,5	-44,4
	Pinerolo	Museo Storico dell'Arma di Cavalleria	12	11	12	5.917	3.949	5.890	-33,3	49,2
	Prali	Scopriminiera	11	11	11	25.479	23.820	22.465	-6,5	-5,7
	Rosta	Abbazia di Sant'Antonio di Ranverso	12	12	12	10.290	7.120	8.053	-30,8	13,1
	Susa	Museo Diocesano di Arte Sacra	11	12	12	2.961	3.106	3.121	4,9	0,5
	Torre Pellice	Museo Valdese	12	12	12	5.210	5.286	4.802	1,5	-9,2
	Trana	Giardino Botanico di Rea	5	5	10	3.886	1.180	14.001	-69,6	1.086,5
Totale provincia di Torino						188.174	181.746	186.126	-3,4	2,4
V.C.O.	Verbania	Giardini di Villa Taranto	8	8	9	134.177	138.950	131.566	3,6	-5,3
	Verbania	Museo Storico e Artistico del Verbano	8	7	11	3.314	5.334	6.198	61,0	16,2
Totale provincia del Verbano-Cusio-Ossola						137.491	144.284	137.764	4,9	-4,5
VC	Alagna Valsesia	Walser Museum	12	12	12	6.811	8.698	7.133	27,7	-18,0
	Moncrivello	Castello di Moncrivello	5	8	7	866	1.484	1.052	71,4	-29,1
	Varallo Sesia	Sacro Monte di Varallo	12	12	12	49.080	94.652	80.539	92,9	-14,9
	Vercelli	Museo Camillo Leone	12	12	12	3.644	3.013	4.408	-17,3	46,3
	Vercelli	Museo Civico Francesco Borgogna	12	11	12	2.389	2.489	4.304	4,2	72,9
Totale provincia di Vercelli						62.790	110.336	97.436	75,7	-11,7
Totale musei monitorati dal 2002						867.521	975.214	928.448	12,4	-4,8
CN	Govone	Castello Reale di Govone			9			7.949		
CN	Rocca de' Baldi	Museo Augusto Doro			6			443		
V.C.O.	Gignese	Museo dell'Ombrello e del Parasole			4			2.522		
Totale musei monitorati dal 2004								939.362		

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

I dati sulle visite al Sacro Monte di Varallo Sesia (VC) sono stime degli organizzatori che hanno effettuato la rilevazione durante il sabato e la domenica sino al 2001, mentre dal 2002 la rilevazione ha riguardato anche gli altri giorni della settimana. I dati del Forte di Fenestrelle del 2004 includono le affluenze durante le manifestazioni culturali ed eventi vari.

Fonte: elaborazione OCP su dati Cooperativa Marca/Cooperativa EtaBeta

Sui beni confrontabili con l'anno precedente si registra una diminuzione delle visite del 4,8%. I tre Sacri Monti (Crea, Varallo e Orta San Giulio) e i giardini di Villa Taranto a Verbania si confermano i beni più visitati nonostante siano tutti in flessione rispetto all'anno precedente. Ventun strutture delle 47 confrontabili col 2003 aumentano il numero di visitatori; per rilevanza d'incremento si distinguono il Forte di Fenestrelle, il Giardino botanico Rea (orto botanico del Museo Regionale di Scienze Naturali di Torino) e Casa Cavassa a Saluzzo (in questo caso si tratta di una riapertura dopo una stagione di restauri).

Anche la distribuzione stagionale delle visite nel corso del 2004 continua la tendenza iniziata nel triennio 2001-2003, con due picchi, uno a maggio e l'altro ad agosto, sia pure meno accentuati degli anni passati. Rispetto ai periodi analoghi del triennio precedente, nei mesi di aprile, maggio e giugno si registra una flessione (-7% su base trimestrale); per quanto riguarda maggio, lo scarto è in gran parte dovuto alla diminuzione di affluenze al Castello di Masino (nel mese in cui si tiene tradizionalmente la "Tre giorni del Giardino" il Castello ha contato oltre 10.000 visitatori in meno rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, a causa di condizioni atmosferiche avverse) e, inoltre, bisogna considerare che i tre Sacri Monti nell'analogo periodo nel 2003 avevano registrato significative affluenze grazie agli eventi organizzati in occasione dell'iscrizione alla lista mondiale del Patrimonio Unesco. Anche nel mese di settembre le visite si contraggono dell'11% rispetto all'anno precedente, ma in questo caso si può parlare di flessione diffusa, non imputabile a specifiche situazioni.

Dei sei musei monitorati in provincia di **Alessandria**, sono tre ad aver registrato un aumento del numero di visite. L'incremento più consistente in valori assoluti riguarda il Museo Civico di Casale Monferrato, viceversa registrano flessioni il Sacro Monte di Crea e lo Studio Pellizza da Volpedo. Nel 2004 le visite complessive monitorate nei sei beni in provincia di Alessandria sono state 255.996, in diminuzione del 9% rispetto al 2003.

I cinque beni monitorati in provincia di **Asti** hanno totalizzato 60.483 visite, in calo del 9% rispetto al 2003. Tutti i beni monitorati registrano un lieve calo di affluenze a eccezione del Museo Arte e Mestieri di un tempo di Cisterna d'Asti.

In provincia di **Cuneo** si rileva un aumento delle affluenze dell'11% rispetto al 2003. Sette degli 11 beni monitorati hanno visto un aumento delle visite: tra le crescite più significative si evidenziano il Museo Civico di Casa Cavassa a Saluzzo, il Castello e Museo Etnografico a Grinzane Cavour e il Castello Comunale Falletti a Barolo. Il numero complessivo delle visite nei beni monitorati in provincia di Cuneo è 130.115. Occorre ricordare, inoltre, che nella provincia di Cuneo opera l'Associazione culturale Marcovaldo con sede a Caraglio, che gestisce una serie di beni e sedi museali inserite nel circuito Artea¹⁵ di cui solo il Museo Mallè a Dronero fa parte della lista dei beni monitorati dall'OCP. Nel complesso, tali beni nel 2004 hanno registrato più di 50.000 visite, soglia raggiunta anche grazie alla fitta programmazione di mostre, giornate di studio ed eventi organizzati nelle sedi del circuito.

Relativamente alla provincia di **Novara**, le quattro sedi monitorate, che totalizzano 60.528 visite, segnano una flessione (del 18,7%) rispetto al 2003. Il calo ha interessato prevalentemente le Civiche Raccolte di Palazzo del Broletto (Novara) – la cui attività temporanea ha avuto un minor riscontro in termini di affluenze rispetto agli anni precedenti – e il Sacro Monte di Orta (Orta San Giulio). Al di fuori del monitoraggio OCP si segnalano gli oltre 16.000 visitatori nella settecentesca Villa Ponti in occasione della mostra "Ligabue come Van Gogh".

In provincia di **Torino** il monitoraggio ha riguardato 14 beni che hanno totalizzato 186.126 visite, in lieve aumento (2,4%) rispetto al 2003. Si rilevano incrementi per il Giardino botanico Rea e per il Forte di Fenestrelle. Sono otto le sedi che registrano una contrazione di pubblico, fra le quali il Castello di Masino a Caravino, il Forte di Exilles e il Museo Civico d'Arte Preistorica a Pinerolo.

Sono 137.764 le visite complessive riguardanti i due beni monitorati nella provincia del **Verbano-Cusio-Ossola**, il 5% in meno rispetto al 2003. I giardini di Villa Taranto, che rappresentano il secondo bene dopo il Sacro Monte di Crea per numero di affluenze, registrano in totale 131.566 visite, in diminuzione del 5% rispetto al 2003.

¹⁵ Fanno parte del sistema territoriale Artea: il Convento dei Cappuccini e il Filatoio a Caraglio, il Castello del Roccolo a Busca, il Museo Mallè a Dronero, la Villa del Belvedere a Saluzzo, il Forte Albertino a Vinadio e il Castello Tapparelli D'Azeglio a Lagnasco.

Nel 2004 i cinque beni monitorati in provincia di **Vercelli** hanno totalizzato 97.436 visite, 13.000 in meno rispetto all'anno precedente. Il Sacro Monte di Varallo riduce le sue affluenze di circa 15.000 visite passando dalle 95.000 del 2003 alle 80.000 del 2004.

In conclusione, i dati del 2004 fanno segnare una contrazione di affluenze rispetto all'anno precedente e allo stesso tempo un aumento del 4% rispetto al 2002. Se si considera il 2003 come un anno caratterizzato da eventi particolari che hanno causato flussi straordinari di visite ai beni della regione, le cifre del 2004 si caratterizzano per una sostanziale stabilità delle affluenze nei beni monitorati.

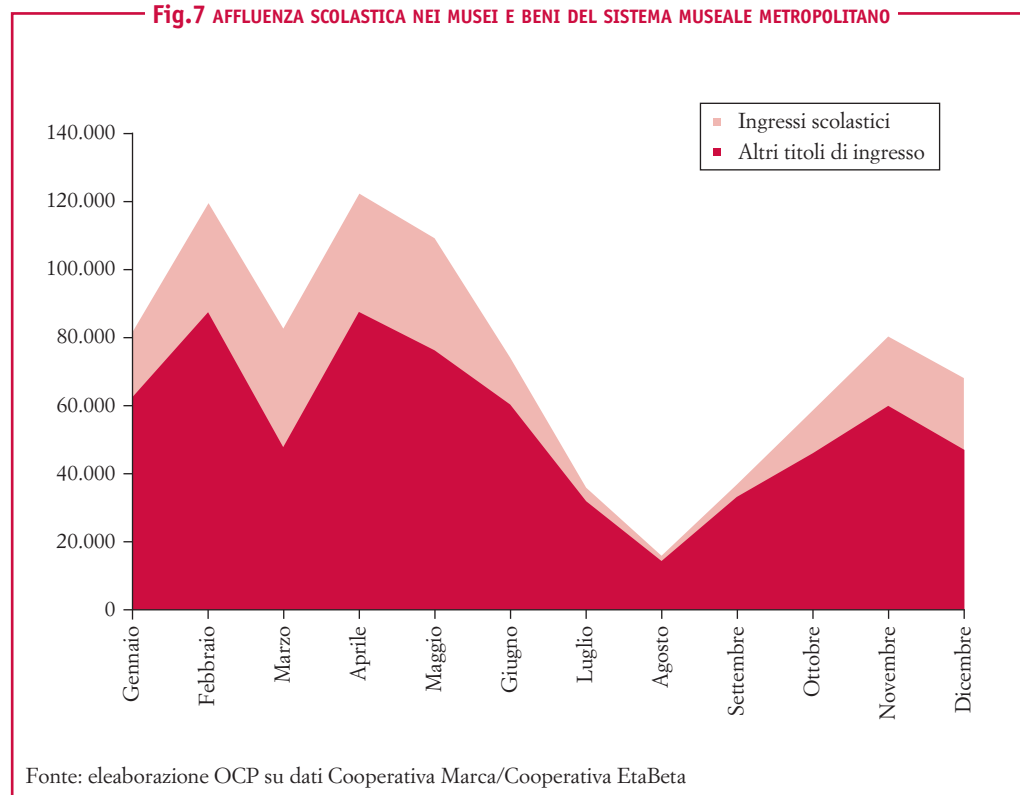
L'affluenza scolastica nei musei e beni culturali del Piemonte

Nel 2004 i dati di pubblico relativi alle visite scolastiche sono disponibili per 45 delle 90 realtà monitorate in tutta la regione: 21 fanno parte del SMM, mentre i restanti 24 sono diffusi sul territorio.

Le visite scolastiche presso i 45 beni sono state complessivamente 288.767 e rappresentano il 27,2% delle affluenze totali.

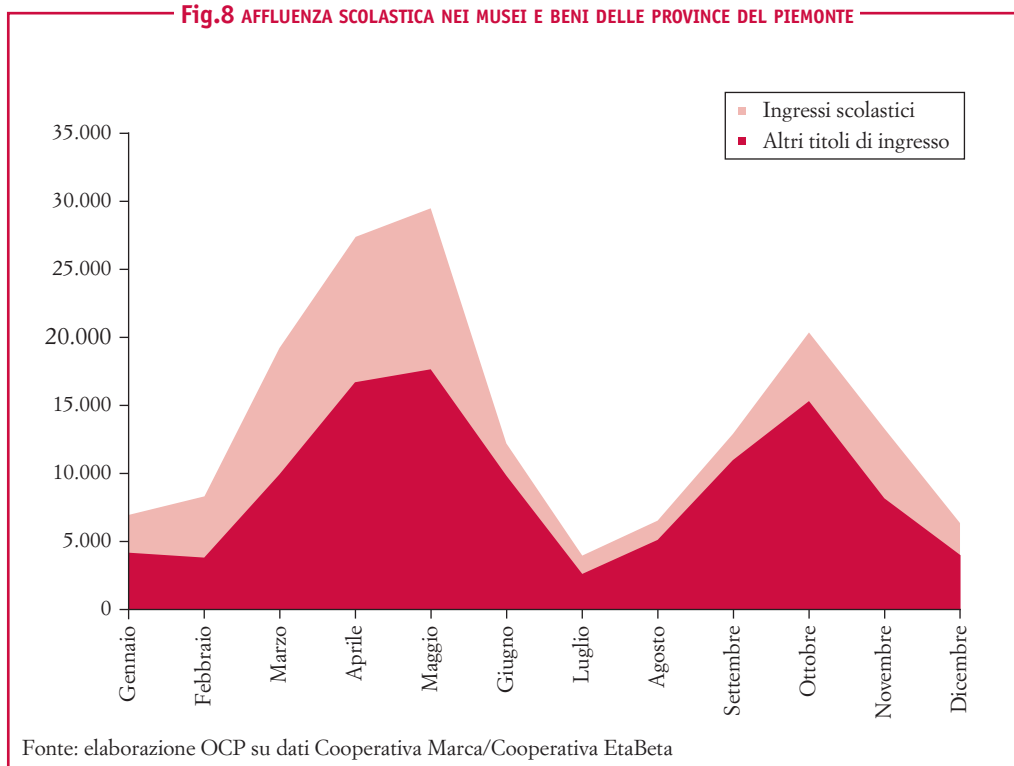
Il peso delle affluenze scolastiche raggiunge il 25,8% in riferimento ai soli beni facenti parte del SMM (230.689 visite), mentre passa al 34,4% per i musei e i beni diffusi sul territorio, che nel complesso hanno totalizzato 58.078 visite con questa tipologia di ingresso. Rispetto al 2003 la percentuale di ingressi scolastici si mantiene costante nel SMM mentre aumenta considerevolmente, passando dal 19% al 34%, nei beni sul resto del territorio.

Fig.7 AFFLUENZA SCOLASTICA NEI MUSEI E BENI DEL SISTEMA MUSEALE METROPOLITANO



Nel 2004 fra le prime cinque istituzioni che hanno registrato il maggior numero di affluenze scolastiche all'interno del SMM (valori compresi fra le 45.000 e le 20.000 visite) si individuano la Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea, il Castello di Rivoli, il Museo Nazionale del Risorgimento Italiano, la Palazzina di Caccia di Stupinigi e il Museo Regionale di Scienze Naturali. Se si considerano i beni che hanno superato le 10.000 visite totali nel corso dell'anno, il Museo Nazionale del Risorgimento Italiano conta la più alta percentuale di pubblico scolastico sul totale (44%), anche se nel corso del 2004 non è stato possibile rilevare le presenze scolastiche di R come... conoscere e giocare con i rifiuti, riaperto a fine anno nella nuova sede col nome di A come... Ambiente.

Fig.8 AFFLUENZA SCOLASTICA NEI MUSEI E BENI DELLE PROVINCE DEL PIEMONTE



1.2 LE TESSERE DI LIBERO ACCESSO AI MUSEI DI TORINO E DEL PIEMONTE (2004)

Nel 2004 le Torino Card e gli Abbonamenti Musei Torino Piemonte venduti sono stati complessivamente circa 54.000, di cui 31.311 Abbonamenti. Le visite effettuate con tali tessere presso gli oltre 130 beni aderenti sono state complessivamente 297.600 (di cui 219.096 con l'Abbonamento Musei Torino Piemonte). Nell'insieme gli ingressi effettuati nel 2004 con le due tessere rappresentano circa il 10% delle visite registrate dai musei e beni monitorati dall'OCP nel 2004.¹⁶

A nove anni dalla nascita dell'Abbonamento Musei, sperimentato per la prima volta nel 1995 per i musei civici torinesi, le formule di libero accesso rappresentano oggi un valido strumento di sostegno alla domanda e di promozione dell'offerta museale torinese e piemontese. Nel 2004 le formule offerte sono due: l'Abbonamento Musei Torino Piemonte con validità di 13 mesi e la Torino Card, nella duplice versione con validità 48 ore e 72 ore¹⁷. Con l'acquisto di tali tessere, seppur con modalità diverse legate alla differente durata di ognuna, nel 2004 si può effettuare un numero illimitato di visite a oltre 130 tra musei e altri beni culturali, tanto alle collezioni permanenti quanto alle esposizioni temporanee realizzate presso i beni aderenti. Per i possessori delle tessere vi sono inoltre vantaggi di vario genere quali riduzioni sui biglietti di cinema e teatro e sull'acquisto di libri, ingresso libero ad Artissima. Internazionale d'Arte Contemporanea e ingresso ridotto nei castelli della Valle d'Aosta.

Relativamente all'Abbonamento Musei Torino Piemonte 2004 sono state vendute 31.311 tessere, il 5% in più rispetto al 2003, per un totale di 219.096 visite. L'Abbonamento ha rappresentato una formula di integrazione dell'offerta che progressivamente ha coinvolto un numero sempre maggiore di istituzioni anche al di fuori del capoluogo regionale. Nell'edizione 2004 sono 83 i beni aderenti all'iniziativa al di fuori del SMM; erano 67 nel 2003 e 39 nel 2002. Come nel biennio precedente è nel SMM torinese che si concentra nel 2004 la grande maggioranza (87%) degli ingressi con Abbonamento. Il fenomeno è fortemente legato al fatto che la provenienza dell'abbonato è principalmente torinese (63,5%) o della provincia di Torino (28,2%). Nel loro insieme i 58 beni al di fuori del SMM del cui dato di pubblico si dispone hanno totalizzato circa 19.879 visite (in aumento rispetto all'anno precedente), mentre le visite effettuate nei 47 beni del SMM torinese sono state 191.478¹⁸, oltre 40.000 in meno rispetto all'anno precedente. Il calo degli ingressi è in gran parte dovuto all'uscita dal circuito dell'Abbonamento dei servizi turistici della GTT (ascensore panoramico della Mole Antonelliana, battelli per la navigazione sul Po e tranvia a dentiera Sassi-Superga), nonché alla chiusura dell'Armeria Reale, di Palazzo Madama e della Fondazione Italiana per la Fotografia.¹⁹

Analizzando le singole sedi, come nel biennio precedente è la Fondazione Palazzo Bricherasio – che non ha una collezione propria ma ospita esclusivamente mostre – a registrare nel 2004 il maggior numero di passaggi con l'Abbonamento (41.654, pari al 18% del totale degli ingressi con Abbonamento nei musei e beni aderenti al circuito), seguita dalla Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea (39.126 ingressi) e da Palazzo Cavour (15.500 ingressi). La Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli, il Museo Nazionale del Cinema, il Castello di Rivoli-Museo d'Arte Contemporanea hanno registrato un numero di ingressi che va da 10.000 a 14.000. Come sottolineato già in indagini precedenti²⁰ l'incidenza degli ingressi con l'Abbonamento è particolarmente elevata per le sedi che hanno un'attività espositiva temporanea vivace. Fra i musei e i beni culturali al di fuori del SMM di Torino il maggior numero di visite con l'abbonamento è segnato dalla Sacra di San Michele (circa 2.000 visite) e dal Forte di Exilles (circa 1.500 passaggi).

¹⁶ Dal 2004 i trasporti turistici della GTT (Gruppo Torinese Trasporti) – navigazione sul Po, ascensore panoramico della Mole Antonelliana e tranvia a dentiera Sassi-Superga – non aderiscono più all'iniziativa delle tessere di libero accesso.

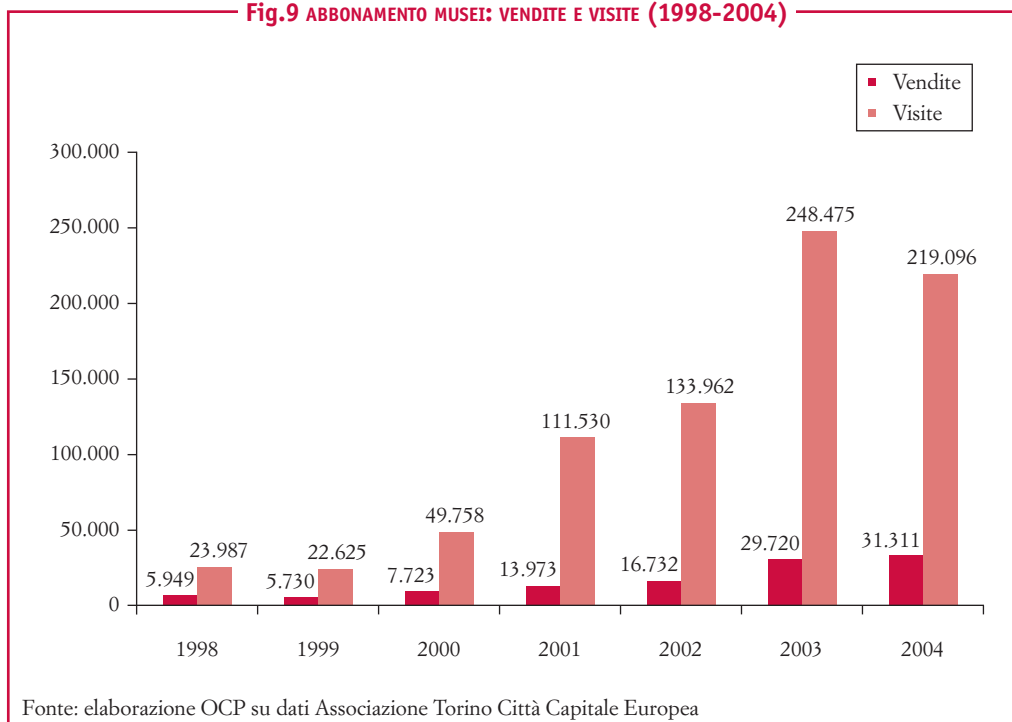
¹⁷ L'Abbonamento Musei Torino Piemonte è gestito dall'Associazione Torino Città Capitale Europea che ha fornito i dati sull'abbonamento stesso, nonché sugli ingressi con Torino Card. Il dato sul numero delle vendite di Torino Card è stato invece fornito da Turismo Torino, che gestisce tale tessera.

¹⁸ Nelle 31 strutture con ingresso gratuito il dato non viene registrato.

¹⁹ Chiusa la sede espositiva principale di via Avogadro a Torino.

²⁰ Osservatorio Culturale del Piemonte, *Le tessere di libero accesso ai musei piemontesi: Abbonamento Musei, Carta Musei e Carta Musei Torino Piemonte 2001* (2002).

Fig.9 ABBONAMENTO MUSEI: VENDITE E VISITE (1998-2004)



Nel 2004 diminuisce anche la media di utilizzo della tessera, passata a 6,9 ingressi per visitatore da 8,3 nel 2003. Tale calo può essere imputabile al periodo di chiusura parziale o totale di tre sedi museali e centri espositivi, ovvero l'Armeria Reale, Palazzo Madama e la Fondazione Italiana per la Fotografia. I tre beni, infatti, registrano cumulativamente circa 15.000 visite con Abbonamento in meno rispetto al 2003, e se si considera che nel 2003 l'ascensore panoramico della Mole Antonelliana aveva registrato 15.000 ingressi, si arriva nel 2004 a una riduzione di circa 30.000 visite, che spiega sia il calo assoluto di visite sia la diminuzione di quelle per abbonato.

Altro dato di interesse è rappresentato dai rinnovi della tessera (il cui prezzo d'acquisto è nel frattempo aumentato): gli Abbonamenti del 2003 rinnovati nel 2004 sono il 50,2%.

La distribuzione delle visite nel corso dell'anno vede una forte concentrazione degli ingressi con l'Abbonamento nei primi due mesi (da gennaio a febbraio sono state effettuate quasi 50.000 visite, il 23% del totale annuale) e ad aprile, periodi in cui erano in corso alcune fra le mostre che nel 2004 hanno attratto il maggior numero di visitatori, come "Africa" e "Marc Chagall" alla GAM, "Depero futurista" a Palazzo Bricherasio e "Borghesia allo specchio" a Palazzo Cavour.

Il periodo estivo – da giugno a settembre – registra il più basso numero di ingressi, analogamente a quanto evidenziato negli anni passati. Si riscontrano tuttavia dinamiche differenti a seconda che si considerino i beni del SMM o quelli diffusi sul territorio: al periodo di minore incidenza delle visite con Abbonamento al SMM corrisponde infatti la maggiore concentrazione degli ingressi, sempre con Abbonamento, ai beni diffusi sul territorio piemontese, il cui picco di visite si registra nel mese di agosto (circa 2.900).

I dati sul profilo socioanagrafico degli abbonati indicano che le classi di età maggiormente rappresentate sono quelle degli adulti tra 41 e 55 e tra 56 e 65 anni (rispettivamente il 21,5% e il 19,7% del totale degli abbonati). La classe d'età meno rappresentata è quella dei minori di 18 anni (5% degli abbonati del 2004). Per questa categoria di utenti esistono

Tab.5 CONFRONTO DELLE PROFESSIONI DEGLI ABBONATI (2002-2004)

PROFESSIONE	VALORI ASSOLUTI			VALORI %		
	2002	2003	2004	2002	2003	2004
Impiegato	3.536	6.653	6.654	23,2	24,2	22,2
Pensionato	2.957	5.487	6.252	19,4	20,0	20,9
Studente	2.805	4.467	4.900	18,4	16,3	16,4
Libero professionista	1.265	2.197	2.332	8,3	8,0	7,8
Insegnante	960	1.683	1.930	6,3	6,1	6,4
Casalinga	930	1.611	1.538	6,1	5,9	5,1
Imprenditore/ lavoratore autonomo	534	1.171	689	3,5	4,3	2,3
Dirigente	640	528	875	4,2	1,9	2,9
Commerciante/ esercente/artigiano	305	602	584	2,0	2,2	2,0
Operaio	152	393	309	1,0	1,4	1,0
Disoccupato	46	77	108	0,3	0,3	0,4
Altro/non segnalato	1.143	2.625	3.797	7,5	9,6	12,7
Totale	15.243	27.492	29.972	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione OCP su dati Associazione Torino Città Capitale Europea

tuttavia altri incentivi alla visita ai musei – si pensi ad esempio all’iniziativa Pass 15, promossa dalla Città di Torino e finalizzata a promuovere l’utilizzo di servizi culturali e sportivi da parte dei ragazzi residenti a Torino e in 47 comuni della provincia che compiono 15 anni nell’anno in corso – che sono competitivi rispetto all’acquisto dell’Abbonamento. Le categorie professionali maggiormente rappresentate sono: impiegati, studenti e pensionati. Cresce costantemente nell’ultimo triennio l’incidenza percentuale dei pensionati, che passano dal 19,4% del 2002 al 21% del 2004.

L’Abbonamento Musei Torino Piemonte 2004 è stato acquistato prevalentemente nei punti di vendita non museali (60%), comprendenti i punti di informazione turistica, gli sportelli di informazione sulle proposte culturali (quali Antichi Chiostri, Vetrina per Torino) e i punti vendita commerciali (librerie e biglietterie teatrali). Le vendite nei musei rappresentano il 40% di quelle complessive (nel 2003 erano il 32%).

Le Torino Card vendute sono state complessivamente 22.726²¹, con le quali sono state effettuate 78.504 visite nel corso del 2004. Si riscontrano differenze, rispetto all’Abbonamento, in ordine alla distribuzione mensile delle visite: è a novembre (12.051 visite) che si concentra il maggior numero di ingressi con Torino Card, cui segue il mese di aprile, con circa 11.000 visite.

Le modalità di utilizzo e le scelte dell’acquirente della Torino Card sono differenti rispetto a quelle dei possessori dell’Abbonamento: le politiche espositive – che contemplan proposte culturali particolarmente attraenti per i possessori dell’Abbonamento – sembrano non essere altrettanto efficaci per gli utenti della Torino Card, formula creata prevalentemente per un pubblico di turisti. Gli acquirenti della Torino Card sono probabilmente mossi dal desiderio di visitare le istituzioni più note e i limiti temporali delle tessere possono indurre a concentrare le visite in città e prevalentemente nelle zone centrali. Fra i beni maggiormente visitati con Torino Card vi sono il Museo del Cinema (oltre 15.000 visite), il Museo Egizio (13.500), Palazzo Reale, le Reali Tombe di Casa Savoia presso la Basilica di Superga, il Museo Nazionale del Risorgimento, la Galleria Sabauda e la Palazzina di Caccia di Stupinigi, con valori di affluenza compresi fra i 3.500 e i 10.000 ingressi. Fra le mete al di fuori del SMM si segnalano la Sacra di San Michele e l’Abbazia di Sant’Antonio di Ranverso.

²¹ La cifra comprende sia la Torino Card con validità 48 ore (17.413) sia quella con validità 72 ore (5.313).

1.3 LE MOSTRE

Sono 202 le mostre monitorate in Piemonte nel 2004, di cui 106 realizzate all'interno del SMM. I dati di affluenza si attestano sull'ordine di grandezza degli anni precedenti, superando 1,3 milioni di presenze. Le più visitate sono "Esperimenta. Sopravvivere alla natura, al tempo, agli altri" al Parco Michelotti, "Marc Chagall. Un maestro del '900" e "Africa. Capolavori da un continente", entrambe presso la Galleria Civica d'Arte Moderna e "Da Raffaello a Goya" a Palazzo Bricherasio.

Uno sguardo oltre regione

Un quadro dell'attività espositiva temporanea nel contesto europeo viene fornito dai dati resi noti da "Il Giornale dell'Arte"²² che pubblica la classifica internazionale delle mostre più visitate nel 2004. Rispetto alle tendenze degli anni precedenti, nel 2004 l'arte del XX secolo ha avuto la meglio sull'arte antica. Sono 24 le esposizioni nel mondo che hanno superato la soglia dei 300.000 ingressi, di cui 17 europee (3 le italiane). La media di visitatori per mostra si attesta sulle 140.000 unità (se si considerano solo le mostre oltre i 50.000 visitatori), registrando una diminuzione del 19% rispetto al 2003.

L'Italia è il primo paese europeo per numero di eventi e visitatori, secondo nel mondo solo agli Stati Uniti. Nel nostro paese si contano 89 mostre con affluenza superiore ai 13.000 visitatori per un totale di 6.626.075, -19% rispetto all'anno precedente. Le tre mostre più visitate sono "Oro e azzurro: da Cézanne a Bonnard" a Treviso (362.000 ingressi), "Botticelli e Filippino" a Firenze (306.000) e "I Macchiaioli prima dell'Impressionismo" a Padova (301.000). Il Veneto è la regione italiana con più eventi e più visitatori: questi ultimi, circa 1,8 milioni, confermano il risultato dell'anno precedente. A seguire Toscana, Lazio, Piemonte e Lombardia, con visite che oscillano dalle 700.000 alle 800.000 (per il Lazio e la Lombardia, -45% rispetto al 2003, per il Piemonte +12%).

Mostre in Piemonte

Considerando i dati pubblicati dal "Giornale dell'Arte" relativi alle esposizioni temporanee con affluenza di pubblico superiore alle 13.000 visite, nel 2004 il numero di mostre si mantiene praticamente stabile rispetto all'anno precedente. Includendo anche le mostre che hanno registrato un numero di visite inferiore si rileva invece una diminuzione del numero di eventi organizzati sul territorio. Gli eventi monitorati dall'OCP nel 2004 in Piemonte sono 202, di cui 106 realizzati nel SMM e un centinaio nel resto del territorio.

Le visite a musei e beni in occasione di mostre sono stimate intorno a 1,5 milioni di presenze. La difficoltà di definire con precisione il pubblico delle mostre deriva principalmente dall'impossibilità di separare l'ingresso alla mostra da quello alla visita al museo o al bene che la ospita. Solo un esiguo numero di beni svolge in modo esclusivo attività espositiva temporanea o effettua il conteggio delle presenze alla mostra separatamente dalla visita al museo o bene.

All'interno del SMM le mostre censite nei beni oggetto del monitoraggio OCP sono 106, mentre erano 97 nel 2003. Le visite effettuate in occasione di tali eventi sono state circa 970.000, il 2% in meno rispetto al 2003. Tale valore fa riferimento al numero di presenze relative all'anno 2004, mentre se si considerano anche gli ingressi relativi ai periodi sconfinanti nel 2003 o nel 2005 si raggiungono 1,4 milioni di presenze. L'evento che ha conosciuto il maggiore successo di pubblico²³ si è svolto proprio a cavallo fra due anni: si tratta della

²² "Il Giornale dell'Arte", Anno XXI n. 241, marzo 2005.

²³ Non vengono prese in considerazione le mostre temporanee organizzate in sedi museali che prevedano la completa sovrapposizione degli ingressi alle mostre con le visite al Museo.

Tab.6 NUMERO DI MOSTRE E VISITE IN ITALIA* (2002-2004)

	2002		2003		2004		VARIAZIONI %	
	N°	VISITE	N°	VISITE	N°	VISITE	2002-2003	2003-2004
Veneto	11	975.342	8	1.960.628	15	1.775.790	101,0	-9,4
Toscana	11	1.991.452	9	956.093	7	780.628	-52,0	-18,4
Lazio	20	1.652.851	16	1.443.073	9	763.832	-12,7	-47,1
Piemonte	16	527.655	16	669.197	14	747.713	26,8	11,7
Lombardia	20	1.640.362	18	1.321.924	13	723.289	-19,4	-45,3
Emilia-Romagna	8	388.820	11	765.765	8	460.589	96,9	-39,9
Umbria	1	31.991	-	-	1	298.907	-	-
Liguria	2	114.190	2	46.058	4	281.195	-59,7	510,5
Trentino-Alto Adige	1	99.703	3	190.817	4	246.710	91,4	29,3
Campania	1	41.318	9	663.103	6	183.643	1.504,9	-72,3
Marche	1	40.441	-	-	1	179.751	-100,0	-
Friuli-Venezia Giulia	1	13.450	1	36.722	5	124.456	173,0	238,9
Sicilia	-	-	2	34.047	2	59.572	-	75,0
Abruzzo	-	-	3	85.000	-	-	-	-
Puglia	1	64.674	1	25.000	-	-	-61,3	-
Sardegna	1	13.000	-	-	-	-	-100,0	-
Calabria	-	-	-	-	-	-	-	-
Valle d'Aosta	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale Italia	95	7.595.249	99	8.197.427	89	6.626.075	7,9	-19,2

* I dati si riferiscono a mostre che hanno totalizzato 13.000 visite e oltre.
Fonte: elaborazione OCP su dati "Il Giornale dell'Arte"

mostra "Africa. Capolavori da un continente", svoltasi fra il 2003 e il 2004 presso la Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea di Torino. Fra gli eventi ospitati in sedi non monitorate direttamente dall'Osservatorio Culturale del Piemonte va menzionata "Experimenta. Sopravvivere alla natura, al tempo, agli altri": la mostra interattiva organizzata dalla Regione Piemonte, avente finalità di divulgazione e promozione della scienza e della tecnologia, è giunta nel 2004 alla sua XVIII edizione e ha totalizzato nei circa 150 giorni di apertura 130.000 visite, segnando un'ulteriore crescita di pubblico (+13%) rispetto all'anno precedente.

Nel 2004 sono quattro, contro cinque del 2003, gli eventi in grado di attrarre oltre 50.000 visitatori; oltre a "Experimenta. Sopravvivere alla natura, al tempo, agli altri" sono quasi 117.000 gli ingressi alla mostra "Marc Chagall. Un maestro del '900" svoltasi alla Galleria d'Arte Moderna. Sono oltre 86.000 gli ingressi registrati per la mostra "Da Raffaello a Goya" alla Fondazione Palazzo Bricherasio, sede che nel corso del 2004 ha ospitato altre tre esposizioni temporanee: "L'impressionismo di Armand Guillaumin", "Depero futurista" e "Arte buddista tibetana". Nel caso del Museo Nazionale del Cinema e del Museo Egizio, che nel 2004 hanno ospitato rispettivamente "Brividi alla Mole" e "Abbigliamento e cosmesi nell'Antico Egitto", la completa sovrapposizione degli ingressi alle mostre con le visite al museo e il fatto che le due sedi siano anche le istituzioni più visitate in Piemonte rende particolarmente arduo distinguere tra le visite relative alla mostra e quelle relative alle collezioni permanenti del museo. Altra sede molto attiva nel campo degli eventi temporanei è il Museo Regionale di Scienze Naturali che nel 2004 ha ospitato 6 eventi fra i quali "Dinosaurios Argentinos", "Scheletrinluce" e "Rhinoceros, un viaggio nel tempo, un viaggio nell'arte".

Al di fuori del SMM non vi sono state esposizioni nei beni monitorati che abbiano riscosso un successo di pubblico equiparabile a quello delle mostre svoltesi nei due anni precedenti - a titolo esemplificativo "Patrick Edlinger" al Forte dei Exilles nel 2002 totalizzò circa 28.000 visite, mentre "Il Quarto Stato e il suo cantiere" allo Studio Pellizza da Volpedo nel

2001 ne registrò oltre 50.000. Tra le iniziative che hanno fatto segnare un numero di presenze consistente si citano la mostra “Fiori. Cinque secoli di pittura floreale” svoltasi tra marzo e giugno 2004 presso il Museo del Territorio di Biella, che ha totalizzato circa 19.000 ingressi e, sempre nello stesso periodo, “Ligabue come Van Gogh” presso Villa Ponti ad Arona (NO), che ha registrato quasi 17.000 visite.

Si mantiene elevato il numero di mostre ospitate nei musei e all’interno dei beni culturali e si distinguono, inoltre, alcune sedi particolarmente attive nell’organizzazione di eventi espositivi temporanei: a titolo esemplificativo si citano il Museo d’Arte Preistorica e il Museo di Scienze Naturali a Pinerolo (TO), Fondazione Centro Culturale Valdese a Torre Pellice (TO), Museo dei Campionissimi a Novi Ligure (AL), Museo d’Arte Antica e Storia Ebraica a Casale Monferrato (AL), Fondazione Pistoletto-Cittadellarte a Biella, Stanze di Re Artù ad Alessandria e Il Filatoio di Caraglio (CN).

Relativamente ai circuiti di valorizzazione dei beni del territorio, nell’estate del 2004 si è svolta, a cura dell’Associazione Torino Città Capitale, la quinta edizione di Rivelazioni Barocche²⁴: circa 10.000 persone, seguendo una quarantina di itinerari diversi, hanno potuto accedere a oltre 70 siti, tra i quali molti visitabili solo in questa occasione. L’edizione 2004, iniziata il 15 agosto e proseguita fino al 7 novembre, è stata dedicata a Bernardo Vittone, il grande architetto allievo di Juvarra, la cui opera ha fatto da filo conduttore per una gran parte delle visite. Il circuito Castelli Aperti²⁵ nel 2004 conferma l’alto numero di presenze, stimato intorno alle 250.000 visite. Castelli Aperti include più di 80 strutture tra manieri, forti, dimore storiche e case signorili, che aprono ogni anno le porte per permettere di compiere un viaggio a ritroso nel tempo a cavallo di storia, tradizione e cultura. Il circuito dei castelli del Canavese, che comprende 15 strutture²⁶ nell’omonimo territorio e nelle valli di Lanzo, ha registrato nel 2004 oltre 122.000 visite, con un incremento assoluto di circa 65.000 presenze rispetto all’anno precedente, dovuto prevalentemente al già citato fenomeno della fiction *Elisa di Rivombrosa* al Castello Ducale di Agliè.

Tab.7 LE MOSTRE PIÙ VISITATE IN PIEMONTE* (2004)

CITTÀ	PROV.	SEDE	MOSTRA	PERIODO		VISITE COMPLESSIVE	VISITE 2004
				INIZIO	TERMINE		
Torino	To	Museo Egizio	Abbigliamento e cosmesi nell’Antico Egitto	15-11-03	30-05-04	184.304	141.269
Torino	To	GAM	Africa. Capolavori da un continente	02-10-03	29-02-04	157.112	62.845
Torino	To	Parco Michelotti	Experimenta. Sopravvivere alla natura, al tempo, agli altri	12-06-04	07-11-04	130.000**	130.000**
Torino	To	GAM	Marc Chagall - Un maestro del '900	24-03-04	04-07-04	116.974	116.974
Torino	To	Museo Nazionale del Cinema	Brividi alla Mole	17-10-03	31-01-04	114.122	33.375
Torino	To	Fondazione Palazzo Bricherasio	Da Raffaello a Goya	01-10-04	23-01-05	86.361	58.212
Torino	To	Fondazione Palazzo Bricherasio	L’impressionismo di Armand Guillaumin	24-10-03	01-02-04	52.693	16.862
Rivoli	To	Castello di Rivoli	Nel paese della pubblicità	05-11-03	29-02-04	52.400	27.103
Torino	To	Museo Regionale di Scienze Naturali	Dinosaurios Argentinos	18-11-04	28-02-05	47.189	24.909
Rivoli	To	Castello di Rivoli	Vanessa Beecroft	08-10-03	25-01-04	43.411	9.957

(continua)

²⁴ Rivelazioni Barocche è promossa dall’Associazione Torino Città Capitale Europea e dalla Società Piemontese di Archeologia e Belle Arti.

²⁵ L’iniziativa è nata nel 1996 per volontà delle Province di Alessandria, Asti, Cuneo, della società consortile “Langhe, Monferrato e Roero” e del CEGAT (Centro Guide Turistiche).

²⁶ I castelli che fanno parte del circuito sono i castelli di Agliè, Foglizzo, Ivrea, Masino, Mazzè, Moncrivello, Parella, Rivara, Rivarolo Canavese, San Giorgio Canavese, Valperga, Borgomasino, Strambino, Pavone Canavese e Chiaverano, tutti in provincia di Torino.

(continua)

CITTÀ	PROV.	SEDE	MOSTRA	PERIODO		VISITE COMPLESSIVE	VISITE 2004
				INIZIO	TERMINE		
Torino	TO	Fondazione Palazzo Bricherasio	Depero futurista	19-02-04	30-05-04	41.033	41.033
Torino	TO	GAM	Medardo Rosso. Le origini della scultura moderna	10-09-04	28-11-04	34.246	34.246
Rivoli	TO	Castello di Rivoli	William Kentridge	10-01-04	29-02-04	31.777	31.777
Torino	TO	Museo Regionale Scienze Naturali	Scheletrinluce	06-03-04	31-10-04	31.061	31.061
Torino	TO	Fondazione Palazzo Bricherasio	Arte buddista tibetana	18-06-04	19-09-04	30.027	30.027
Torino	TO	Pinacoteca G. e M. Agnelli	Gustav Klimt: disegni della collezione Sabarsky	28-01-04	29-04-04	30.000**	30.000**
Torino	TO	Palazzo Cavour	Borghesia allo specchio 1860-1922	26-03-04	27-06-04	29.154	29.154
Torino	TO	Biblioteca Reale	I tre capolavori: Leonardo, Antonello e Van Eyck	09-03-03	08-03-04	26.461	4.930
Torino	TO	Museo Regionale Scienze Naturali	Rhinoceros, un viaggio nel tempo, un viaggio nell'arte	05-02-04	03-05-04	21.993	21.993
Torino	TO	Museo Regionale Scienze Naturali	Un secolo di sport in fotografia	19-02-04	24-05-04	21.610	21.610
Fenestrelle	TO	Forte di Fenestrelle	Ilititaa – Il capitano Bernier, i suoi uomini e gli Inuit	18-07-04	03-10-04	20.000**	20.000**
Torino	TO	Archivio di Stato	Vittorio Alfieri e la cultura del '700	08-10-03	11-01-04	20.000	2.316
Rivoli	TO	Castello di Rivoli	Pierre Huyghe	21-04-04	18-07-04	19.751	19.751
Torino	TO	Borgo e Rocca Medioevale	Le ceramiche	23-06-04	03-10-04	19.200	19.200
Biella	BI	Museo del Territorio	Fiori. Cinque secoli di pittura floreale	21-03-04	27-06-04	19.000**	19.000**
Torino	TO	Fondazione Sandretto Re Rebaudengo	Non toccare la donna bianca	17-09-04	08-01-05	18.920	17.876
Arona	NO	Villa Ponti	Ligabue come Van Gogh	13-03-04	27-06-04	16.736	16.736
Torino	TO	Pinacoteca G. e M. Agnelli	L'attimo fuggente fra fotografia e cinema	29-10-03	18-01-04	16.650	3.700
Torino	TO	Museo Regionale Scienze Naturali	Nick Edel – Pittore della natura	11-12-03	29-02-04	16.388	12.291
Torino	TO	Fondazione Sandretto Re Rebaudengo	Lei. Donne nelle collezioni italiane	06-11-03	15-02-04	15.431	7.028
Torino	TO	Museo Nazionale della Montagna	Himalaya bianco e nero. Takeshi Mizukoshi.	26-09-03	25-01-04	14.168	2.927
Torino	TO	Palazzo Cavour	L'officina del mago 1900-1950	31-10-03	08-02-04	11.844	4.619
Torino	TO	Fondazione Sandretto Re Rebaudengo	Carol Rama	09-03-04	14-06-04	10.842	10.842

*La tabella prende in considerazione solo le mostre con oltre 10.000 visitatori totali e terminate entro febbraio 2005.

**Il dato è frutto di una stima.

Fonte: "Giornale dell'Arte", XXI, n. 241, marzo 2005; OCP

1.4 I SALONI

Il Lingottofiere, la principale struttura fieristica in Torino e in Piemonte, ha chiuso il 2004 con risultati confortanti soprattutto in considerazione del trend economico sia a livello nazionale sia a livello regionale. Sono aumentate le manifestazioni di una unità rispetto al 2003 (da 19 a 20) e gli espositori, che sono stati 5.769 con un incremento del 3% circa. Significativo l'innalzamento del numero dei visitatori che sono stati 808.411, quasi il 3% in più rispetto allo scorso anno. Gli eventi culturali ospitati nel 2004 sono stati Artissima, la Fiera Internazionale del Libro, il Salone del Gusto e il Salone del Vino.

L'undicesima edizione della mostra-mercato Artissima²⁷, svoltasi a Lingottofiere dal 5 al 7 novembre 2004, ha registrato circa 30.000 presenze²⁸ ripetendo la performance dell'anno precedente. L'evento torinese si colloca al quinto posto dopo Mercantinfiera di Parma – salone di modernariato e collezionismo di antichità, che nelle due edizioni, autunnale e primaverile, ha totalizzato nel 2004 complessivamente 140.000 visite – Arte Fiera 2004 di Bologna – fiera d'arte contemporanea che ha mantenuto la soglia di visite già raggiunta nel 2003 (37.000 circa) – e Miart, fiera di arte moderna e contemporanea a Milano con 34.000 visite. Artissima si colloca comunque al secondo posto tra le mostre-mercato di arte contemporanea. Il 2004 è stato caratterizzato anche dalla prima edizione della Mostra Mercato Biennale di Antiquariato²⁹ che si è tenuta dal 6 al 14 marzo alla Palazzina di Caccia di Stupinigi registrando 20.000 visite.

La Fiera Internazionale del Libro, evento svoltosi tra il 6 e il 10 maggio, rappresenta come per gli anni precedenti la manifestazione fieristica con maggiore affluenza di pubblico. Nel 2004 ha registrato 238.226 visite (comprese 10.000 visite ai padiglioni distaccati nel quartiere di Borgo San Paolo a Torino). Dopo una sostanziale stabilità nel biennio 2002-2003 si evidenzia un aumento del 20% del numero di ingressi.

I dati relativi alla partecipazione in occasione degli eventi enogastronomici vengono citati in virtù del fatto che le tradizioni in questo ambito costituiscono un'importante espressione della cultura di un territorio. Il Salone del Gusto – che ha carattere biennale e quindi non si è tenuto nel 2003 – con circa 140.000 visite conferma, nel 2004, i dati di affluenza della passata edizione. Il Salone del Vino, con poco più di 40.000 presenze nel 2004, evidenzia una leggera flessione di pubblico rispetto al 2003 (circa 2.500 visite in meno). Rispetto al 2002, anno in cui è possibile confrontare tutte e quattro le manifestazioni, si registra un incremento di pubblico dell'8,2%.

Tab.8 LE PRESENZE AI SALONI (2002-2004)

	2002	2003	2004	VARIAZIONI ASSOLUTE		VARIAZIONI %	
				2002-2003	2003-2004	2002-2003	2003-2004
Artissima*	40.000	30.000	30.000	-10.000	0	-25,0	0,0
Fiera del Libro	198.685	199.000	238.226	315	39.226	0,2	19,7
Salone del Gusto**	138.000	-	140.000	-	-	-	-
Salone del Vino***	37.702	42.726	40.312	5.024	-2.414	13,3	-5,6
Totale	414.387	271.726	448.538	-142.661	176.812	-34,4	65,1

* I dati sono frutto di una stima.
 ** Il Salone del Gusto ha cadenza biennale.
 *** Il Salone del Vino è una manifestazione riservata esclusivamente agli operatori del settore.

Fonte: elaborazione OCP su dati enti organizzatori

²⁷ L'edizione del 2004 ha ospitato 150 tra le gallerie più significative del panorama mondiale e artisti delle giovani generazioni emergenti, con oltre 20 nazioni rappresentate. All'interno della fiera Artissima 2004 ha proposto tre sezioni speciali: Present Future, New Entries e Extralarge.

²⁸ "Il Giornale dell'Arte", marzo 2005.

²⁹ Organizzata da APA-Associazione Piemontese Antiquari, la manifestazione vede la presenza di una sessantina di noti antiquari espositori nazionali e internazionali che provengono dall'area culturale torinese e piemontese, nazionale e dalla Francia. Negli stand si sono potuti ammirare e acquisire pezzi d'alta epoca, fondi oro, libri antichi, oggetti in stile Liberty e di Modernariato, mobili, dipinti dal XIV al XX secolo, tappeti, arazzi, sculture, ceramiche, gioielli antichi, argenti, sculture lignee e grafica d'autore.

1.5 LO SPETTACOLO DAL VIVO

Si ricorda che con l'abrogazione degli articoli contenenti le disposizioni sugli obblighi degli esercenti riguardo il rilascio dei biglietti, sancito con il d. lgs. 60/99, entrato in vigore il 1° gennaio 2000, il servizio di accertamento, liquidazione e riscossione dell'imposta e dei tributi connessi (IVA) è affidato, in base ad apposita convenzione tra il Ministero delle Finanze e la SIAE, alla stessa SIAE. La nuova serie storica inaugurata dal 2000 e i nuovi sistemi di rilevazione dei dati producono vistose sottostime delle presenze alle attività di spettacolo nei diversi generi.

Dal 2000 al 2003 lo spettacolo dal vivo in **Italia** evidenzia una notevole dinamicità sul fronte dell'offerta – con un incremento considerevole soprattutto al di fuori dei capoluoghi – cui si accompagna tuttavia una contrazione della domanda.

Elemento influente sulle dinamiche della domanda è la crescita del prezzo medio del biglietto che fa lievitare la spesa nazionale per lo spettacolo dal vivo nel corso del quadriennio, con incrementi maggiori nei comuni di provincia.

In **Piemonte** nel corso del quadriennio 2000-2003 a un aumento notevole dell'**offerta** di spettacolo dal vivo nel suo complesso, con una crescita costante soprattutto nei comuni di provincia, fa riscontro una minore crescita della domanda. Si ha infatti un sostanziale aumento nel **numero delle rappresentazioni** per quasi tutte le forme di spettacolo: in particolare, registrano un forte incremento in termini tanto di programmazione quanto di offerta sia alcuni generi di evasione (rivista e commedia musicale, operetta) sia danza, balletto classico e moderno.

L'analisi della **domanda** di spettacolo dal vivo consente di delineare una tendenza dei consumi regionali che mettono in evidenza una situazione di sostanziale stabilità per la musica, di lieve flessione per il teatro di prosa e di incremento per la danza.

La **spesa** del pubblico per lo spettacolo dal vivo in Piemonte segna una crescita dal 2000 al 2003, con un picco nel 2001 in seguito a una serie di spettacoli di grande richiamo per quanto riguarda la musica leggera, la lirica e il balletto classico. Da un confronto con i valori in termini assoluti si evince che il costo medio del biglietto in generale per lo spettacolo dal vivo è più contenuto in Piemonte rispetto al resto d'Italia.

La città di **Torino** rappresenta tanto per la provincia quanto per la regione il fulcro per quanto concerne sia l'offerta sia la domanda di spettacolo dal vivo. Tuttavia, mentre Torino vive una fase di stabilità a fronte di una costante crescita dell'offerta, i comuni della provincia torinese hanno un più contenuto incremento dell'offerta, alla quale fa riscontro una leggera crescita dei biglietti venduti.

Breve panoramica sullo spettacolo dal vivo in Italia dal 2000 al 2003

L'analisi dei trend principali che hanno riguardato lo spettacolo dal vivo in Italia nel periodo 2000-2003 mette in luce una situazione di non univoca lettura: semplificando, si può affermare che a una dinamicità sul fronte dell'offerta non è corrisposta altrettanta vitalità sul versante della domanda.

Il termine spettacolo dal vivo comprende generi differenti (musica, teatro, danza) che hanno rivelato, nel periodo considerato, dinamiche alquanto differenziate e traiettorie spesso divergenti e ondivaghe. In particolare, si può osservare che nel 2003 l'offerta di spettacolo dal vivo è costituita per il 73% dal teatro, per il 24% dalla musica e per il 4% dalla danza; analizzando però la fruizione, si evidenzia come il teatro rappresenti solo il 51% dei biglietti venduti, mentre la musica il 43% e la danza il 6%. Il peso percentuale dei differenti generi cambia

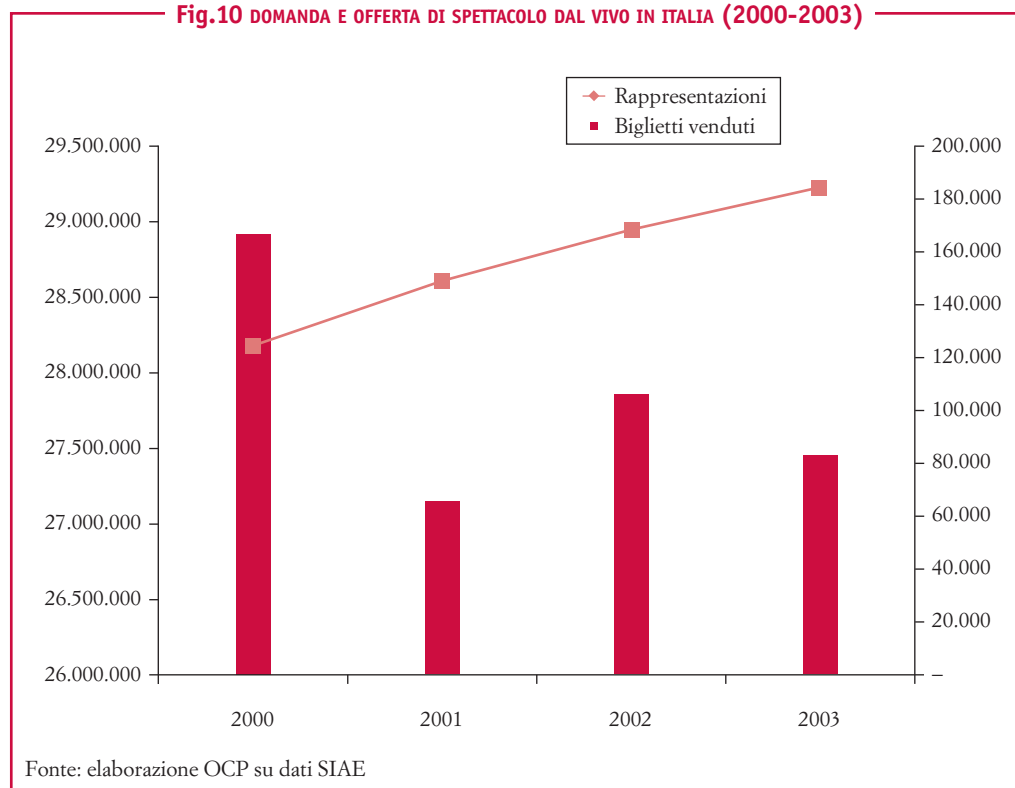
ulteriormente nel momento in cui si analizza la spesa; è infatti la musica ad attrarre le maggiori risorse economiche catalizzando il 49% della spesa per lo spettacolo dal vivo nel suo complesso, seguita dal teatro con il 41% e, infine, dalla danza con circa il 10%.

Complessivamente l'**offerta** nazionale di spettacolo dal vivo aumenta del 47,9% (si passa dalle 124.915 rappresentazioni nel 2000 alle 184.754 nel 2003); tuttavia, un'analisi puntuale dei diversi generi condotta nel periodo 2000-2003 a livello regionale evidenzia spesso forti differenziazioni a livello territoriale. In punti percentuali gli incrementi maggiori dell'offerta riguardano alcune regioni quali Valle d'Aosta, Friuli-Venezia Giulia, Sardegna e Veneto, che presentano ancora un sistema teatrale in fase di sviluppo e una domanda sensibile a incentivazioni ed espansioni. In linea con la crescita nazionale si presentano le regioni storicamente all'avanguardia nell'ambito dello spettacolo dal vivo, che costituiscono lo zoccolo duro del sistema teatrale nazionale (Emilia-Romagna, Lombardia, Piemonte), con la sola eccezione del Lazio e della Toscana, i cui incrementi risultano inferiori rispetto a quelli nazionali.

Inoltre, l'offerta di spettacolo dal vivo della penisola nel suo complesso tende ad aumentare in modo decisamente più marcato al di fuori dei capoluoghi, secondo una tendenza sempre più spiccata al decentramento territoriale.

Per quanto riguarda il numero di **biglietti venduti** in Italia, il periodo 2000-2003 fa registrare un andamento controtendenziale rispetto all'offerta: si passa infatti dai quasi 29 milioni di biglietti venduti nel 2000 a poco più di 27 milioni del 2003 (-5%). Il numero di biglietti a rappresentazione è in forte riduzione, e passa dai 232 del 2000 ai 149 del 2003. La contrazione costante e sensibile della domanda di spettacolo dal vivo non interessa in modo uniforme le singole regioni: una risposta positiva si ha in Veneto, Toscana, Lazio, Campania, Basilicata e, in parte, anche in Piemonte; diversamente, la contrazione appare

Fig.10 DOMANDA E OFFERTA DI SPETTACOLO DAL VIVO IN ITALIA (2000-2003)



costante in molte regioni – quali Emilia-Romagna, Liguria, Lombardia – che, pur avendo una forte tradizione di frequenza allo spettacolo dal vivo, appaiono attualmente in condizione di saturazione della domanda.

A livello nazionale, per quanto concerne la domanda si evidenzia una sorta di forbice: mentre il numero dei biglietti venduti tende a ridursi nei capoluoghi (-9,3%) aumenta al di fuori di questi (+3,5%); i risultati positivi ottenuti nei comuni di provincia, tuttavia, non appaiono sufficienti ad arginare il calo di pubblico che si manifesta in forma consistente nei capoluoghi.

Elemento influente sulle dinamiche della domanda è l'incremento del prezzo medio del biglietto, che fa lievitare la spesa nazionale per lo spettacolo dal vivo, nel corso del quadriennio, del 15,5%, con incrementi maggiori nei comuni di provincia³⁰.

Lo spettacolo dal vivo in Piemonte: un bilancio dell'ultimo quadriennio (2000-2003)

I biglietti venduti per le attività teatrali e musicali in Piemonte nel 2003 sono stati circa 2 milioni, per una spesa complessiva di oltre 26 milioni di euro. L'offerta di spettacolo dal vivo nel suo complesso dal 2000 al 2003 ha visto un incremento pari al 40,3%, con una crescita costante, in particolare, nei comuni di provincia.

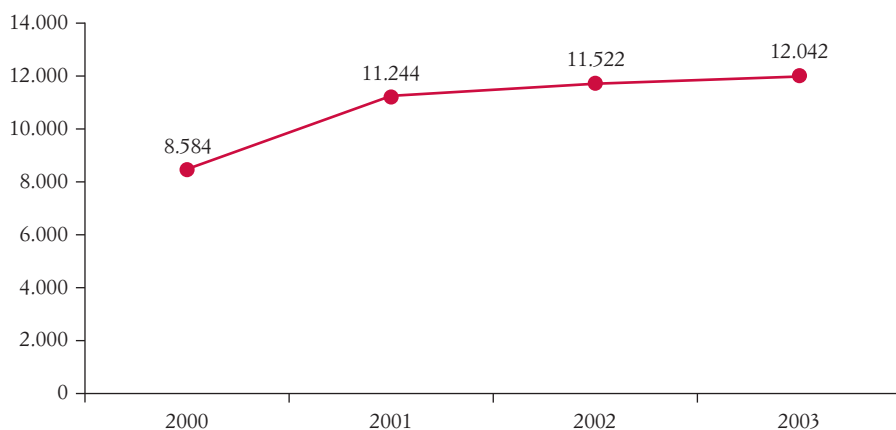
Un'analisi puntuale dei diversi generi condotta nel periodo 2000-2003³¹ evidenzia una sostanziale crescita nel numero delle rappresentazioni per quasi tutte le forme di spettacolo, particolarmente sostenuta per il balletto classico e moderno, per la rivista e la commedia musicale e per l'operetta.

Nel 2003 in Piemonte sono state realizzate 12.042 **rappresentazioni**, di cui il 67,7% di teatro, il 27,2% di musica e il 5,1% di danza, secondo una dimensione percentuale che rimane pressoché invariata nel corso del quadriennio, ma si presenta peculiare rispetto al panorama nazionale: teatro e danza hanno in Piemonte un peso percentuale maggiore rispetto a quanto avviene nel resto della penisola; in particolare il numero di spettacoli di danza offerti in

³⁰ Ciononostante, il prezzo medio a singola rappresentazione si presenta ancora più elevato nei capoluoghi, circa 20 euro a fronte degli 11 dei comuni di provincia, e con differenze sensibili fra le regioni; ciò potrebbe almeno in parte fornire una spiegazione delle migliori performance rilevate nei piccoli centri.

³¹ I dati forniti dalla SIAE presentano una disaggregazione per generi che consente di realizzare un'analisi puntuale dell'andamento dello spettacolo dal vivo in Piemonte, valutando per ciascun settore offerta, domanda – quantificata mediante il numero dei biglietti venduti – e spesa del pubblico – coincidente con il volume complessivo degli incassi. Inoltre, la presenza di una serie storica di dati disaggregati che copre un quadriennio consente di individuare un trend di sviluppo per lo spettacolo dal vivo in regione. Tali dati possono essere ulteriormente aggregati, consentendo di individuare alcune macro categorie: teatro, danza e musica.

Fig.11 NUMERO DI RAPPRESENTAZIONI DI SPETTACOLO DAL VIVO IN PIEMONTE (2000-2003)



Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE

Piemonte sono percentualmente quasi il doppio rispetto a quelli del resto della penisola (5,1% contro 2,7% nazionale).

A fronte di una crescita costante nel numero di spettacoli proposti, si ha una minore disponibilità all'acquisto da parte del pubblico: dal 2000 al 2003 la **domanda** di spettacolo dal vivo è cresciuta solo dell'1,3%. Nel corso del quadriennio lo spettacolo dal vivo subisce, nel complesso, una perdita di spettatori medi a singolo spettacolo pari al 27,8%, passando da una media di 230 spettatori a singola rappresentazione a 166.

Un'indicazione dell'evoluzione del tasso di partecipazione dei residenti in Piemonte a concerti e spettacoli dal vivo viene fornita dall'ISTAT attraverso le statistiche relative al numero di persone sopra i 6 anni che negli ultimi 12 mesi hanno preso parte ad almeno un'iniziativa di carattere culturale.³² Il confronto dei dati tra il 1993 e il 2002 mette in evidenza le seguenti tendenze: i livelli di partecipazione media, sia in Italia sia in Piemonte, rimangono sostanzialmente modesti e il Piemonte presenta un grado di partecipazione più basso rispetto al Nord Italia, in particolare per la musica classica e il teatro. Per quanto riguarda la musica classica, se è vero che nell'ultimo decennio il tasso di partecipazione è leggermente aumentato passando dal 7,1% all'8,4%, bisogna ricordare che nel 2002 il tasso di partecipazione del Nord Italia era pari al 10,1%. Un discorso analogo vale per il teatro: tra il 1993 e il 2002 il numero di persone che in Piemonte hanno visto almeno uno spettacolo in un anno è passato dal 14,4% al 17,1%, dato comunque inferiore al dato dell'Italia del Nord, pari al 20,8%³³.

Nel corso del quadriennio la **spesa** del pubblico per lo spettacolo dal vivo aumenta complessivamente del 10,9%: a una crescita notevole dal 2000 al 2001 si contrappone una decisa e progressiva contrazione negli anni successivi.

Da un confronto con i valori in termini assoluti si evince come il costo medio del biglietto in generale per lo spettacolo dal vivo si presenti più contenuto in Piemonte rispetto al resto d'Italia. Significativo appare lo scarto per la danza: il costo medio di un singolo biglietto nella penisola si aggira attorno ai 29 euro, a fronte dei 10,5 in Piemonte; leggermente inferiori anche i prezzi medi per teatro (12,9 contro i 13,5 nazionali) e musica (14 contro i 19 nazionali).

Il **balletto classico**³⁴ presenta un incremento considerevole dell'offerta, a cui corrisponde un più che proporzionale aumento della domanda (dal 2000 al 2003 si passa da 36.932 biglietti venduti a 78.500) e della spesa (da 454.265 euro a 1.053.865 euro); la media di spettatori a evento sale da 298 nel 2000 a 343 nel 2003. Il prezzo medio del biglietto aumenta in termini contenuti, passando da 12 a 14 euro circa. Il balletto presenta una notevole capacità attrattiva, che sembra incentivata anche dall'incremento del numero di rappresentazioni offerte; sebbene esso presenti un'articolazione territoriale che vede il proprio fulcro nei capoluoghi, rivela una buona risposta di pubblico anche al di fuori di questi.

Il **teatro di prosa**³⁵ nel 2003 è presente in Piemonte con 5.512 rappresentazioni, 850.819 biglietti venduti, per una spesa complessiva di 10.394.554 euro.

Nel corso del quadriennio 2000-2003 i dati relativi al teatro di prosa documentano una situazione parzialmente involutiva: a fronte di un incremento dell'offerta e della spesa, si evidenzia una diminuzione dei consumi. Tuttavia, a fronte di un calo accentuato dal 2000 al 2002, l'anno successivo si ha una crescita dei consumi con un aumento contenuto dell'offerta. Tale ripresa coinvolge in modo uniforme tutto il territorio piemontese.

In Piemonte sia l'offerta sia la domanda di **operetta e musical**³⁶ hanno registrato una crescita decisa, come d'altronde anche la spesa. In particolare, per quanto attiene i consumi, si deve constatare come il musical, dopo l'exploit del 2002 con 125.393 biglietti venduti, abbia visto nel 2003 una contrazione delle presenze, mantenendo comunque risultati positivi sul quadriennio, mentre la presenza media di spettatori subisce una contrazione. Il prezzo medio passa da circa 19 euro nel 2000 a 24 nel 2003, con sensibili differenze tra capoluoghi (dove il prezzo medio di un singolo spettacolo passa dai 20 euro del 2000 ai 25 circa del 2003) e comuni di provincia (dove il prezzo medio del biglietto varia dai 9 euro del 2000 ai 10,9 del 2003).

³² ISTAT, *Annuario Statistico Italiano 2004*, Roma 2004.

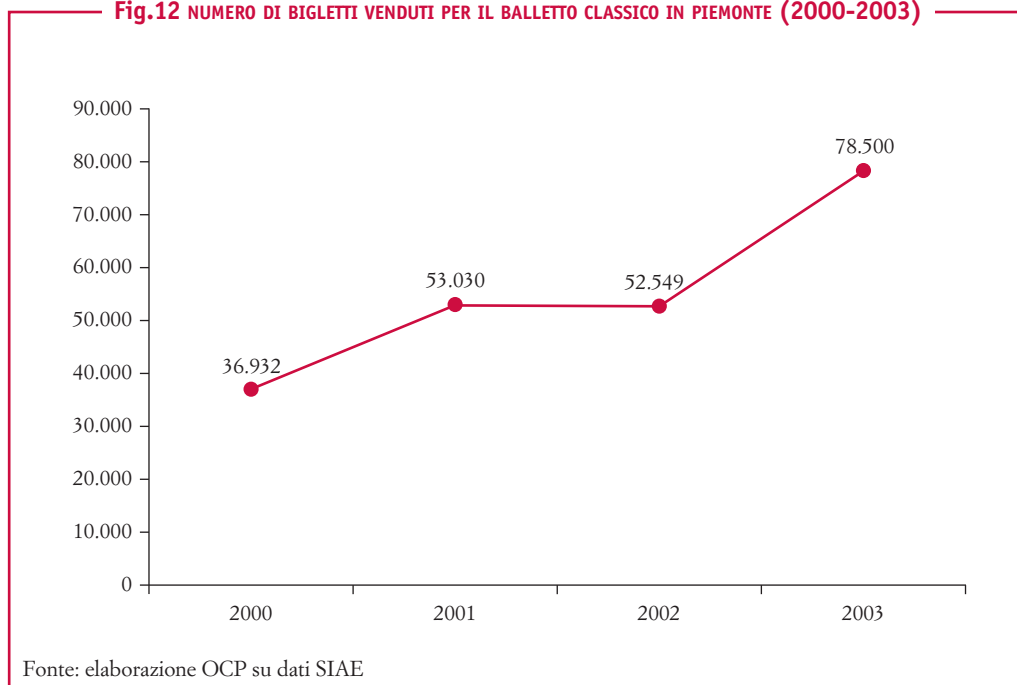
³³ Vedi capitolo 4.

³⁴ Fonte: SIAE.

³⁵ Fonte: SIAE.

³⁶ Fonte: SIAE.

Fig.12 NUMERO DI BIGLIETTI VENDUTI PER IL BALLETO CLASSICO IN PIEMONTE (2000-2003)



Il comparto della **musica leggera**³⁷ si presenta in difficoltà: la media di spettatori a manifestazione dal 2000 al 2003 si ridimensiona sensibilmente (in modo costante nel corso del quadriennio), nonostante la lieve diminuzione del costo medio dei singoli biglietti. Evidente è il processo di decentramento dell'offerta: la crescita del numero di spettacoli di musica leggera proposti nei capoluoghi è più contenuta rispetto a quella che interessa gli altri comuni. Una possibile spiegazione di questo andamento potrebbe risiedere nella difficoltà del Piemonte, e in particolare della piazza torinese, di far parte dei circuiti legati ai grandi eventi che attraggono masse di pubblico e che quindi richiedono strutture più capienti. La situazione appare simile anche per i concerti di medie dimensioni, che con grande difficoltà trovano spazi adeguati.

Un accenno meritano gli spettacoli di **burattini e marionette**³⁸: nel corso del quadriennio il numero dei biglietti venduti nei comuni di provincia sale da 4.620 a 12.668, evidenziando una diffusione sul territorio. L'incremento del numero di biglietti venduti è da porre in relazione all'aumento dell'offerta e alla buona risposta da parte del pubblico del territorio provinciale. Gli spettacoli di burattini e marionette hanno evidenziato una capacità di radicamento e diffusione sul territorio provinciale, che si è dimostrata in grado di assorbire un'offerta culturale bene direzionata, con un target di pubblico definito (quello dei più piccoli e delle famiglie).

Lo spettacolo dal vivo a Torino e in provincia

Per quanto riguarda il capoluogo si riscontrano le principali tendenze osservate a livello regionale, semmai con una maggiore accentuazione nella portata dei cambiamenti che stanno contraddistinguendo lo spettacolo dal vivo. È possibile, per i grandi centri urbani, ipotizzare comportamenti di avanguardia e in qualche modo anticipatori rispetto a fenomeni che si estenderanno poi al resto del tessuto sociale.

³⁷ Fonte: SIAE.

³⁸ Fonte: SIAE.

La città di **Torino** rappresenta tanto per la sua provincia quanto per la regione un fulcro per l'offerta e la domanda di spettacolo dal vivo, con 4.900 rappresentazioni e 895.174 biglietti venduti, per una spesa complessiva di 15.428.108 euro nel 2003.

La domanda di spettacolo dal vivo del capoluogo risulta sostanzialmente stabile: mentre cresce il numero di rappresentazioni, i biglietti venduti oscillano tra i 931.608 del 2000 e gli 895.174 del 2003, con variazioni legate all'attrattività dell'offerta; nello stesso periodo la spesa passa da 14.294.605 a 15.428.108 euro. Nel 2001 Torino raggiunge l'apice per quanto attiene i consumi di spettacolo dal vivo, cui segue un anno di sostanziale stasi, quindi una contrazione decisa dal 2002 al 2003 (-10,8%).

Nel corso del quadriennio analizzato il numero medio di spettatori cala considerevolmente (si passa da 256 unità a rappresentazione nel 2000 a 183 nel 2003), mentre il prezzo medio del biglietto aumenta del 12,3%.

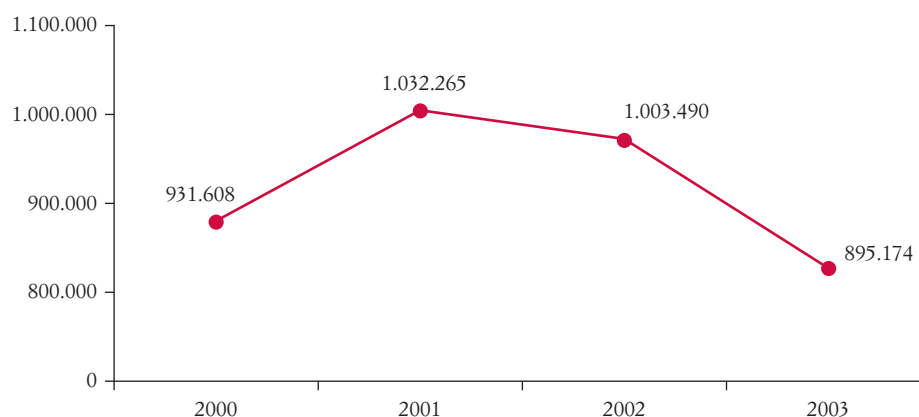
Gli altri comuni della provincia presentano un più contenuto incremento dell'offerta, alla quale fa riscontro, diversamente rispetto al capoluogo, una leggera crescita della domanda, che non è tuttavia sufficiente a tamponare il calo di pubblico che interessa la provincia nel suo complesso.

Anche i dati sulla spesa per l'acquisto di biglietti da parte dei cittadini non appaiono molto confortanti: Torino, insieme a Genova, è l'unica delle grandi città italiane che nel periodo 2001-2003 ha visto diminuire a costi correnti la spesa per lo spettacolo dal vivo.³⁹

In particolare, nel corso del quadriennio analizzato, a Torino hanno sempre maggior riscontro da parte del pubblico alcuni generi: balletto, jazz, musical, operetta e recital letterario. Il numero di rappresentazioni di balletto a Torino passa da 84 nel 2000 a 181 nel 2001 e i biglietti venduti salgono da 27.161 nel 2000 a 58.874 nel 2003; la spesa ha un andamento estremamente oscillante, ma rispetto al 2000 è in crescita; il numero medio di spettatori rimane pressoché costante (attorno alle 320 unità) e il prezzo medio sale leggermente (da 12 a 15 euro).

Essenzialmente "torinese" appare il **musical**⁴⁰: nella sola Torino si concentra il 96,67% dell'offerta provinciale, il 99% della domanda e il 99,7% della spesa. Benché il picco nei consumi di tale genere si registri nel 2002 con 107.807 biglietti venduti e nell'ultimo anno si abbia un calo delle presenze, il trend nel corso del quadriennio è positivo: si passa da 59.528 biglietti nel 2000 a 75.732 nel 2003.

Fig.13 BIGLIETTI VENDUTI PER LE ATTIVITÀ TEATRALI E MUSICALI A TORINO (2000-2003)



Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE

³⁹ Vedi capitolo 4.

⁴⁰ Fonte: SIAE.

È Torino a determinare l'andamento di questo genere musicale, i cui successi maggiori o minori appaiono pertanto legati all'offerta di alcuni spettacoli di particolare richiamo che possono condizionare tanto l'andamento della domanda quanto quello del prezzo medio per singola rappresentazione e, di conseguenza, i valori legati alla spesa.

La **lirica**⁴¹ è presente quasi esclusivamente nel capoluogo (più del 70% delle rappresentazioni e dei biglietti venduti e circa il 90% della spesa). Secondo i dati della SIAE il numero di rappresentazioni a Torino è aumentato da 113 a 146 dal 2000 al 2003, a fronte di una sostanziale stabilità per quanto attiene la domanda attestata oltre i 35.000 biglietti venduti⁴². È da segnalare come nei quattro anni considerati vi siano state oscillazioni a seconda delle proposte più o meno attrattive: ad esempio, nel 2002 sono stati venduti più di 40.000 biglietti. Analogo discorso per quanto riguarda la spesa del pubblico, lievitata sensibilmente nel 2001. Alcuni spettacoli lirici sono stati allestiti anche nel resto del territorio regionale, sia negli altri capoluoghi di provincia sia nei comuni.

Rivelazione del 2003 per quanto attiene i consumi è l'**operetta**⁴³, che raggiunge nella sola Torino i 18.221 biglietti venduti (dai 5.690 del 2002).

In fase di affermazione a livello cittadino anche il **jazz**⁴⁴, i cui consumi a Torino aumentano del 56% dal 2000 al 2003 (i biglietti venduti passano da 9.837 nel 2000 a 15.350 nel 2003); in modo pressoché analogo cresce anche la spesa, garantendo un prezzo medio dei biglietti invariato.

Nel corso del quadriennio analizzato a Torino la **prosa**⁴⁵, con la quale spesso si identifica il teatro *tout court*, vede un incremento costante dell'offerta, un calo nel numero di biglietti venduti e un aumento della spesa. Situazione analoga si osserva anche nei comuni di provincia dove i consumi sono pressoché stabili, mentre aumentano in modo più accentuato sia l'offerta sia la spesa. Benché in provincia vi siano ancora margini di assorbimento della domanda, questa tuttavia non si rivela ricettiva a sufficienza in rapporto all'incremento dell'offerta; il numero medio di spettatori a singola rappresentazione tende pertanto a contrarsi.

La **musica leggera**⁴⁶ trova un terreno più idoneo al suo sviluppo nei comuni di provincia rispetto al capoluogo: nei primi, a un incremento dell'offerta del 27,7% corrisponde un incremento della domanda del 15,6% e della spesa del 5% nel corso del quadriennio. Diversamente, a Torino la domanda di musica leggera cala del 19,3%.

Particolare diffusione nei comuni della provincia hanno anche gli spettacoli di **burattini e marionette**⁴⁷, il cui numero di biglietti venduti dal 2000 al 2003 è passato da 2.368 unità a 7.540, a fronte di un costo medio per singolo biglietto pressoché costante.

⁴¹ Fonte: SIAE.

⁴² Poiché gli andamenti dei consumi di lirica in Piemonte e in particolare a Torino dipendono fortemente dall'attività, dalle scelte artistiche, dagli sforzi produttivi e dalle vicende della Fondazione Teatro Regio Torino è opportuno segnalare, a integrazione dei dati rilevati dalla SIAE, che la media annuale di spettatori paganti nelle rappresentazioni del Teatro Regio nel periodo 2000-2003 è di 170.000, di cui circa 60% per spettacoli di lirica.

⁴³ Fonte: SIAE.

⁴⁴ Fonte: SIAE.

⁴⁵ Fonte: SIAE.

⁴⁶ Fonte: SIAE.

⁴⁷ Fonte: SIAE.

⁴⁸ La rilevazione della Borsa Teatro interessa le principali sedi teatrali del capoluogo, le sedi facenti parte della Fondazione Circuito Teatrale Piemonte, oltre ad alcune sedi in regione.

Torino secondo la Borsa Teatro

In base ai dati della Borsa Teatro⁴⁸ del "Giornale dello Spettacolo" dal 1° luglio 2003 al 16 maggio 2004 a Torino, nei 17 teatri monitorati, in **946 giornate recitative** sono stati rappresentati **169 lavori in 985 recite**, per un totale di **oltre 380.000 biglietti venduti**, con un **incasso complessivo di oltre 5,5 milioni di euro**.

Per la stagione successiva, ancora in corso, si hanno i dati relativi al periodo compreso tra il 1° luglio 2004 e il 6 marzo 2005: nei 17 teatri monitorati in **800 giornate recitative** sono stati rappresentati **154 lavori in 836 recite**, per un totale di **quasi 300.000 biglietti venduti**, con un **incasso complessivo di oltre 4 milioni di euro**.

Nel corso dell'ultima stagione a Torino si è concentrato il 7% degli spettatori della penisola (circa mezzo punto percentuale in più rispetto alla stagione precedente) e il 7% degli incassi registrati in Italia (anche in questo caso si ha un incremento percentuale di quasi un punto). La **media di spettatori a recita** è di **358 unità** (a fronte delle 387 della stagione precedente) e la **media degli incassi a recita** si aggira intorno ai **5.000 euro** (in lieve flessione rispetto al 2003-2004, che vede una media di incasso a recita di oltre 5.500 euro).

Nel corso della stagione 2003-2004, stando ai dati della Borsa Teatro, Torino risulta essere la quarta città per numero di spettatori e incassi, preceduta da Roma, Milano e Napoli; tuttavia, se si analizza la media di spettatori a singola rappresentazione, sale al terzo posto, con **378 spettatori a rappresentazione**, preceduta da Napoli (535) e Milano (396). Torino mantiene il terzo posto se si analizza la media di spettatori in rapporto agli abitanti: 38% a fronte del 74% di Milano e del 39% di Roma.

I circuiti dello spettacolo dal vivo

Piemonte a teatro: la Fondazione Circuito Teatrale Piemonte

La Fondazione Circuito Teatrale Piemonte, istituita per iniziativa della Regione Piemonte e del Teatro Stabile Torino, opera dal febbraio 2003 in direzione di un articolato rapporto con i comuni, al fine di offrire una serie di servizi diversificati. Secondo tale prospettiva, il ruolo della Fondazione unitamente a quello del Teatro Stabile può variare dalla semplice consulenza per quanto concerne le scelte di programmazione artistica per arrivare sino alla gestione diretta e completa di carattere amministrativo e organizzativo di alcune strutture. Pur mantenendo un ruolo rilevante, la programmazione degli spettacoli si coniuga all'offerta di un variegato spettro di servizi, quali l'ufficio stampa, la raccolta dati, informazioni, pubblicità e promozione, che superano la dimensione del singolo teatro per trovare un coordinamento a livello regionale.

Oltre a dedicarsi alla gestione dell'attività artistica dei singoli teatri, la Fondazione è impegnata nel coordinamento e nella promozione di attività e programmi culturali, volti al coinvolgimento di nuove potenziali fasce d'utenza.

A livello provinciale e metropolitano, la Fondazione svolge un ruolo di coordinamento fra i teatri aderenti al circuito, al fine di realizzare programmazioni differenziate, per fare emergere le singole specificità e inclinazioni; ciò è indirizzato anche alla valorizzazione di quegli spazi neonati (Nichelino, San Mauro, Moncalieri, Ciriè, Carmagnola, Grugliasco, None) o in via di ristrutturazione nella cintura torinese e sul territorio provinciale (Pinerolo, Vigone, Piossasco) che, dopo forti investimenti strutturali, possono trarre vantaggi da una programmazione coordinata.

Nel 2003 la Fondazione ha realizzato 287 repliche in 22 comuni, distribuiti sul territorio regionale, secondo una programmazione volta ad affiancare il teatro tradizionale a quello musicale e di innovazione, fino ad arrivare a rassegne di concerti e a spettacoli di teatro di ricerca.

Oltre il 40% delle entrate della Fondazione deriva dai contributi dei singoli comuni, e quasi il 22% dai proventi degli spettacoli presentati nel cartellone, mentre i contributi dei fondatori incidono per circa il 30%. L'incidenza percentuale dei proventi da botteghino si presenta pertanto significativa ed evidenzia la capacità attrattiva del circuito⁴⁹.

L'analisi delle uscite fa risaltare come i costi maggiori siano legati agli spettacoli ospiti (53% circa), mentre i costi di gestione tecnica sono ridotti a circa il 22% sul totale delle spese. Ridotti appaiono anche i costi di personale (5% circa) e poco rilevanti si presentano le altre voci di spesa, se singolarmente considerate.

Teatro Ragazzi e Giovani Piemonte

Nato nel 1992 dall'esigenza di coordinare, valorizzare e promuovere il teatro ragazzi e giovani a livello regionale, il Progetto Teatro Ragazzi e Giovani Piemonte presenta una vasta gamma di proposte artistiche, articolate secondo un catalogo che spazia dagli spettacoli per le scuole alle rassegne per famiglie, ai laboratori, proponendo spettacoli di compagnie operanti sia sul territorio regionale sia su quello nazionale e internazionale e offrendo spettacoli di differenti ambiti artistici, dal teatro di figura al teatro d'attore, alla danza.

⁴⁹ Bilancio Consuntivo anno 2003.

Tab.9 ATTIVITÀ REALIZZATA DAL TEATRO RAGAZZI E GIOVANI PIEMONTE (2001-2004)

	2001	2002	2003	2004	VARIAZIONE % 2001-2004
Recite scolastiche	205	243	232	260	26,8
Recite per famiglie	80	95	90	101	26,3
Totale recite	285	338	322	361	26,7
Titoli rappresentati	111	132	126	148	33,3
Totale compagnie	63	74	71	77	22,2
Totale comuni coinvolti	48	57	51	62	29,2

Fonte: elaborazione OCP su dati Fondazione Circuito Teatro Ragazzi e Giovani Piemonte

Nel corso del quadriennio 2001-2004⁵⁰ il Progetto Teatro Ragazzi e Giovani Piemonte vede una crescita complessiva della propria attività: aumenta il numero di recite proposte (da 285 nel 2001 a 361 nel 2004), di titoli rappresentati (secondo la strategia di un maggiore ricambio degli spettacoli e di una minore tenitura media degli spettacoli), delle attività laboratoriali⁵¹ e dei comuni coinvolti nelle rappresentazioni offerte dal Progetto, a testimonianza di una sempre maggiore e capillare diffusione sul territorio regionale.

Dal 2003 al 2004 in aumento anche il numero di spettacoli proposti dal Progetto e quello delle recite, mentre il numero delle compagnie ospitate passa da 71 a 77: i dati indicano non solo una maggiore offerta in termini di varietà, ma anche l'individuazione di alcune compagnie alle quali affidare le rappresentazioni di più spettacoli, secondo un criterio di "fiducia" da parte del circuito verso alcuni soggetti (dal 2003 al 2004 aumenta infatti sia la media di spettacoli sia la media di recite realizzate da ciascuna compagnia).

Per quanto concerne la domanda, il Progetto Teatro Ragazzi Piemonte registra un incremento di pubblico pari al 26,7%, passando da 51.630 a 65.396 presenze.

I risultati positivi ottenuti dal Progetto emergono in particolare in riferimento all'ultimo anno di attività: se il numero di spettacoli ospitati aumenta del 12,8% e il numero di recite del 12,1%, le presenze crescono del 10,4%.

Piemonte in Musica

Avviato nel 1985, "Piemonte in Musica" si configura come un organico sistema di distribuzione delle attività musicali sull'intero territorio piemontese. Esso offre agli enti locali che ne fanno richiesta la possibilità di organizzare stagioni concertistiche di elevato livello qualitativo a costi contenuti, avvalendosi della collaborazione delle principali strutture musicali presenti in Piemonte. Col tempo è diventato un vero e proprio circuito musicale regionale dedicato principalmente alla promozione e alla diffusione della musica classica.

La scelta dei concerti e degli esecutori è definita di volta in volta sulla base delle esigenze – artistiche, finanziarie, logistiche – delle diverse realtà locali che, per definire i programmi concertistici, si avvalgono della consulenza artistica e della collaborazione operativa dell'Unione Musicale di Torino, soggetto cui compete la gestione tecnico-organizzativa e finanziaria del circuito nonché la predisposizione dei programmi di sala e del materiale pubblicitario relativo alle iniziative musicali.

Il crescente successo di pubblico ha prodotto un circolo virtuoso tra offerta di spettacoli e istanze degli enti locali: quasi metà dei comuni piemontesi ha usufruito, secondo modalità diverse, dei servizi di gestione e organizzazione offerti da "Piemonte in Musica". I risultati in termini anche solo quantitativi evidenziano il radicamento del progetto sul territorio.

La strategia di gestione del circuito ha ribaltato, sin dal momento iniziale, la logica di un "decentramento della programmazione" con proposte artistiche predefinite e standardizzate da offrire ai comuni: i programmi musicali vengono discussi e decisi di volta in volta sulla

⁵⁰ Elaborazione OCP su dati forniti da Fondazione Teatro Ragazzi e Giovani.

⁵¹ Per quanto attiene le attività laboratoriali, il numero di comuni coinvolti è più contenuto rispetto a quello interessato dalle singole rappresentazioni (i comuni coinvolti risultano essere infatti solo quattro).

base delle esigenze e delle disponibilità economiche degli enti locali, il che produce una assoluta diversificazione delle proposte musicali. Solo alcune specifiche funzioni di carattere organizzativo e amministrativo sono state centralizzate.

L'intervento finanziario regionale, a copertura dei costi di realizzazione dei concerti, copre fino a un massimo del 50% dei cachet degli artisti. In tal senso il circuito si propone di stimolare e attivare risorse locali che, senza un adeguato sostegno, non sarebbero in grado di esprimersi.

Con una dimensione economica complessiva annua di oltre 2 milioni di euro sono stati realizzati nel 2004 oltre 800 concerti, per lo più concentrati nella provincia di Torino e di Cuneo. Sono prevalentemente i comuni di piccole dimensioni a usufruire del circuito: quasi l'80% delle rappresentazioni si svolgono in comuni con meno di 5.000 abitanti.

I mesi in cui si intensifica la programmazione rimangono quelli estivi da giugno ad agosto e il mese di dicembre, mentre il trimestre meno "denso" di concerti va da gennaio a marzo.

Nel 2004 è stato realizzato un approfondimento⁵² sull'offerta del circuito attraverso un'analisi della programmazione e della tipologia dei concerti proposti dal 1999 al 2003.

Il dato che emerge è la grande varietà dei generi e delle tipologie di spettacoli offerti. Riconducendo l'ampio spettro delle proposte a macrogeneri, accanto ai concerti di musica classica vi sono i concerti dai programmi miscelanei, che toccano repertori differenti (si pensi ai concerti interpretati da cori o bande musicali, che spaziano dalla musica sacra a quella operistica a quella popolare) e gli spettacoli (balletto, musical, operetta, ecc.). Di una certa rilevanza risulta inoltre la proposta di musica afroamericana (jazz, blues, gospel e spiritual) come pure il folk (canti popolari, musica occitana, ecc.).

Tab.10 CLASSIFICAZIONE DEI COMUNI ADERENTI A PIEMONTE IN MUSICA

	N. COMUNI	INCIDENZA %
Meno di 500 residenti	81	17,7
Tra 500 e 999 residenti	85	18,6
Tra 1.000 e 4.999 residenti	192	42,0
Tra 5.000 e 9.999 residenti	44	9,6
Tra 10.000 e 19.999 residenti	28	6,1
20.000 o più residenti	27	5,9
Totale	457	100,0

Fonte: Unione Musicale

Tab.11 INCIDENZA DEI MACROGENERI

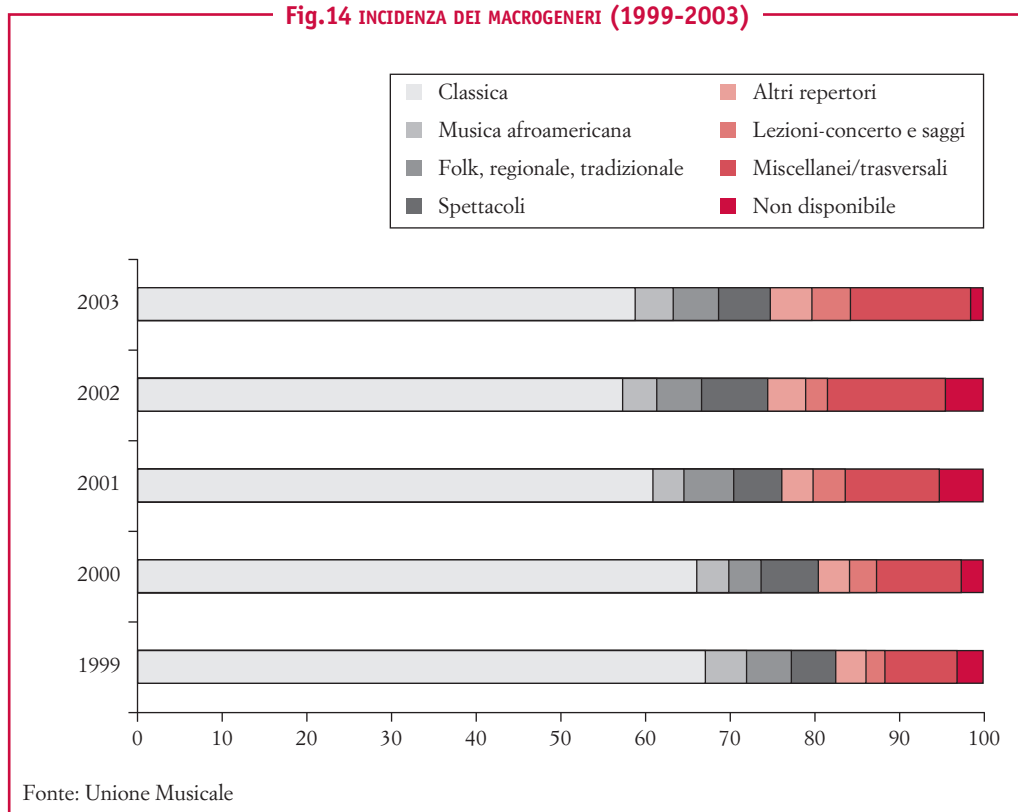
	VALORI %				
	1999	2000	2001	2002	2003
Classica	67,4	66,4	61,2	57,7	58,6
Musica afroamericana	4,8	4,1	3,7	4,4	5,1
Folk, regionale, tradizionale	5,7	4,9	5,9	5,0	5,1
Spettacoli	5,0	5,6	5,8	7,6	6,6
Altri repertori	3,5	3,4	3,5	4,6	4,9
Lezioni-concerto e saggi	2,0	3,0	3,8	2,6	4,3
Miscelanei/trasversali	8,7	10,3	11,3	13,5	14,2
Non disponibile	2,9	2,3	4,9	4,6	1,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Unione Musicale

⁵² È in corso di realizzazione una tesi di laurea presso l'Università degli Studi di Torino, Facoltà di Scienze della Formazione, Corso di laurea DAMS, condotta dalla studentessa Nadia Zito.

Dalle elaborazioni emerge come prevalga la musica classica, ma la serie storica dal 1999 evidenzia un progressivo ridimensionamento del suo peso a favore di una programmazione più variegata.

Fig.14 INCIDENZA DEI MACROGENERI (1999-2003)



1.6 IL CINEMA

Il 2004 è stato un anno positivo in quasi tutte le principali piazze, sia nazionali, sia internazionali: tale successo è in gran parte ascrivibile alla programmazione e al fenomeno dei sequel cinematografici.

Nei principali mercati europei la ristrutturazione dell'esercizio cinematografico è ormai completa e il numero di schermi si sta lentamente stabilizzando, mentre in Italia si registrano segni di un progressivo sovradimensionamento dell'offerta a cui corrisponde però una continua oscillazione della domanda.

Le affluenze nelle sale di Torino hanno raggiunto nel 2004 i livelli del 1998, anno in cui si è riscontrato il picco massimo di affluenze per l'“effetto Titanic”, mentre i consumi cinematografici negli altri capoluoghi di provincia risentono dei cambiamenti dell'esercizio commerciale che sta interessando i territori.

Cinema in Europa nel 2002-2004

Gli ultimi dati resi disponibili da Media Salles relativi a 18 paesi dell'Europa occidentale⁵³ riguardano il **2003** e registrano un calo generalizzato di spettatori, con decrementi in alcuni casi piuttosto rilevanti. I biglietti venduti sono stati **909 milioni** per una spesa complessiva del pubblico di **5,2 miliardi di euro**⁵⁴, con una perdita complessiva del 5% rispetto al 2002 sia degli incassi sia delle presenze. Tuttavia, l'analisi di lungo periodo sull'andamento dei consumi dell'ultimo decennio evidenzia come dal 1994 al 2001 vi sia stata una progressione molto forte mentre dal 2001 al 2003 si è assistito a una sostanziale stabilizzazione su una soglia alta del numero di biglietti venduti. Gli sforzi e i grandi investimenti per ammodernare e ampliare il numero di schermi hanno prodotto effetti riscontrabili nell'immediato ma sembrano non essere sufficienti a elevare ulteriormente il numero di spettatori in sala. Modelli di consumo alternativi e home entertainment particolarmente aggressivi esercitano una forte concorrenza che sembra arginabile solo attraverso la programmazione di pellicole particolarmente attrattive (film nazionali, sequel di successo) o attraverso forme di incentivazione al consumo in sala.

Come il mercato cinematografico sia sensibile a tali fattori risulta evidente dalle anticipazioni dei dati **2004** dei paesi più rilevanti per numero di biglietti venduti.

La **Francia** mantiene il primato di maggior mercato europeo con oltre **194 milioni** di biglietti venduti nel 2004, l'11,6% in più rispetto all'anno precedente. Il pubblico francese sembra particolarmente sensibile alla cinematografia nazionale, elemento confermato dalla progressione del numero di film francesi che superano i 2 milioni di biglietti venduti. Più in generale le pellicole nazionali hanno totalizzato nel 2004 un incremento di spettatori del 22% rispetto all'anno precedente portando la quota di mercato di prodotti nazionali al 38% contro il 35% del 2003. La distribuzione mensile delle affluenze nelle sale è estremamente altalenante, ma non stagionale, indice di una programmazione diluita nell'anno a evitare periodi congestionati o mancanza d'offerta.

Anche nel **Regno Unito** il 2004 è stato un anno positivo con un 2,4% in più di presenze rispetto all'anno precedente. I biglietti venduti sono stati poco più di **171 milioni**, un dato tuttavia non equiparabile a quello del 2002, quando le affluenze nelle sale sono state quasi 176 milioni. Analizzando la classifica dei 20 film più visti si osserva come il dato positivo del 2004 sia il risultato della programmazione dei film seriali: i sequel occupano i primi tre posti a cui si affiancano altri tre entro la quindicesima posizione.

Nel 2004 in **Germania** sono stati venduti quasi **157 milioni** di biglietti, il 5% in più rispetto all'anno precedente. Dopo un primo quadrimestre in perdita dell'8%, a partire da

⁵³ I paesi presi in considerazione dal monitoraggio Media Salles sono: Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Islanda, Irlanda, Italia, Lussemburgo, Paesi Bassi, Norvegia, Portogallo, Spagna, Svezia, Svizzera, Regno Unito.

⁵⁴ Fonte: Media Salles.

Fig.15 BIGLIETTI VENDUTI NEI PRINCIPALI PAESI IN EUROPA (2003)

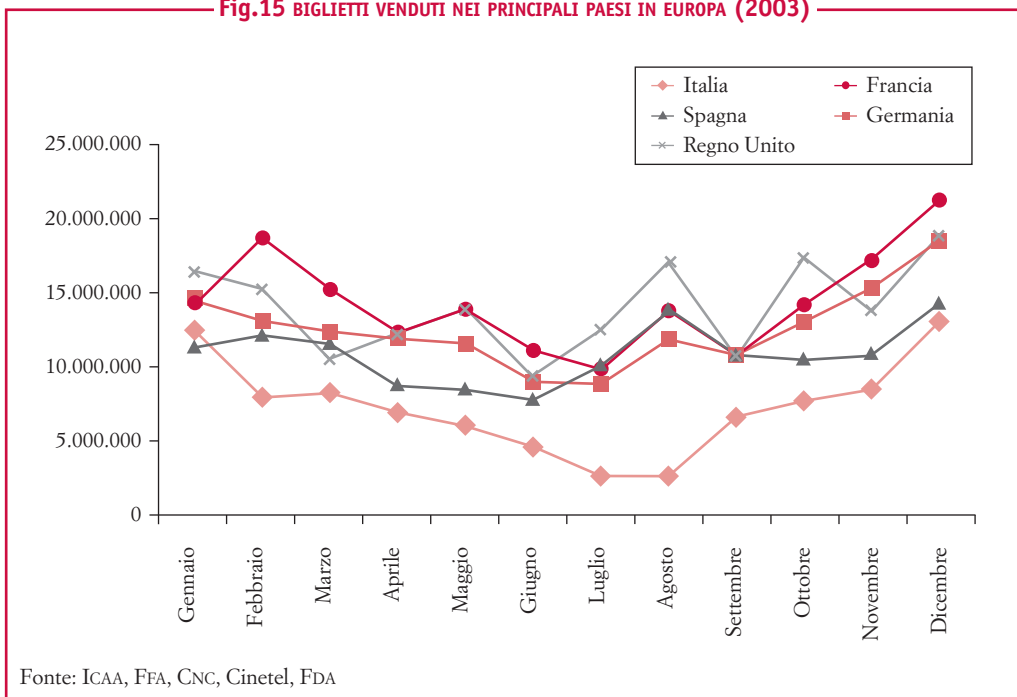


Fig.16 BIGLIETTI VENDUTI NEI PRINCIPALI PAESI IN EUROPA (2004)

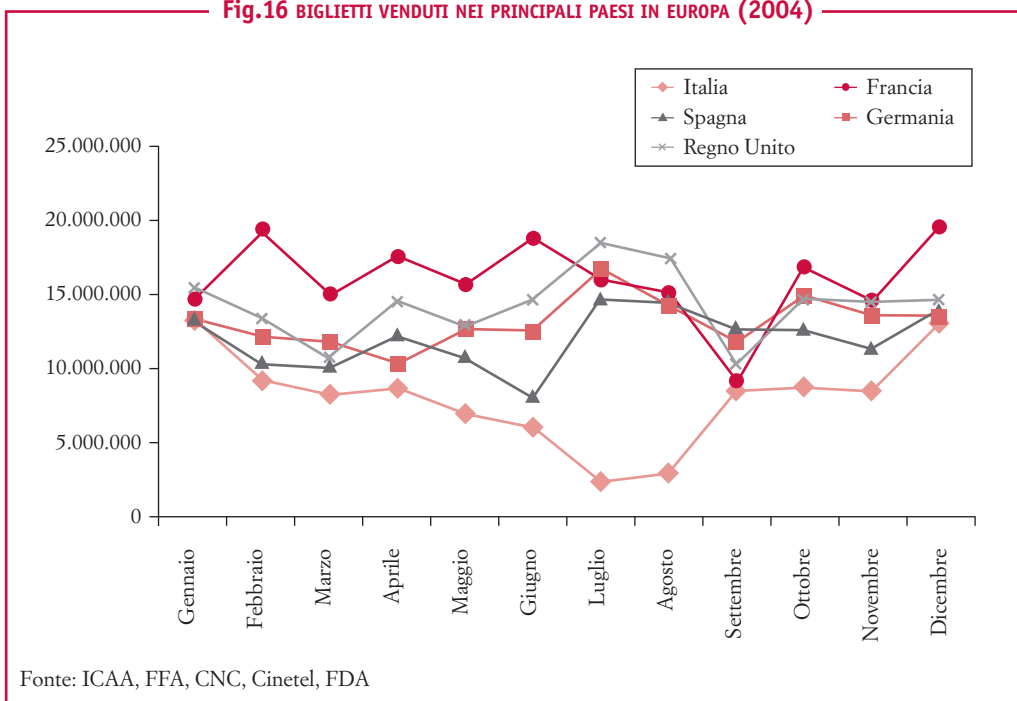
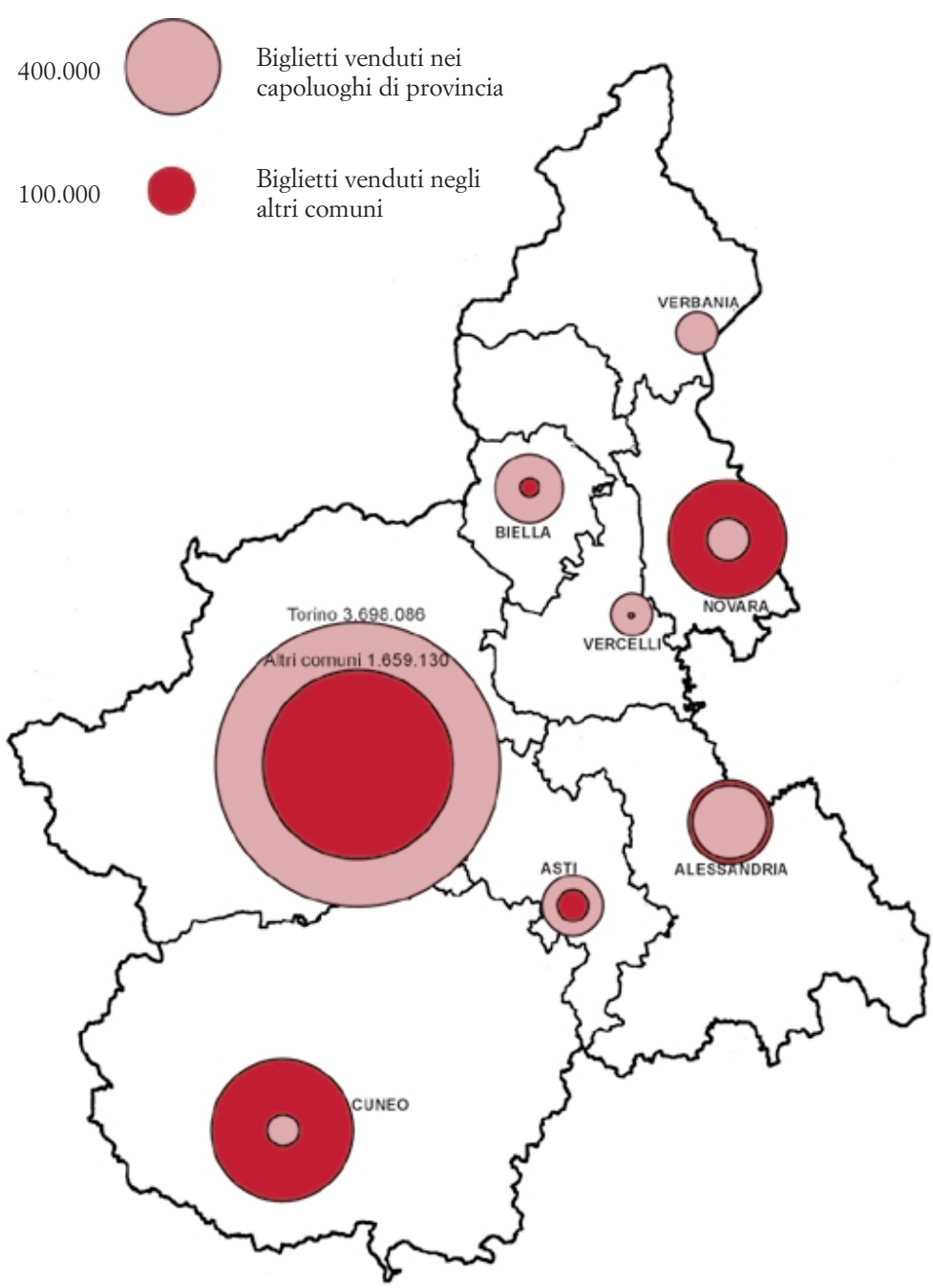


Fig.17 SPETTATORI DELLE SALE CINEMATOGRAFICHE MONITORATI DALL'OCP (2004)



Fonte: elaborazione OCP su dati Cooperativa AGIS-Cinetel, maggio 2005

aprile il successo di poche pellicole americane ma soprattutto nazionali ha risollevato il numero di spettatori in sala pur non eguagliando i risultati del 2001 e del 2002. Il fattore più rilevante infatti è la quota di mercato dei film tedeschi, salita dal 17% del 2003 a quasi il 24% del 2004.

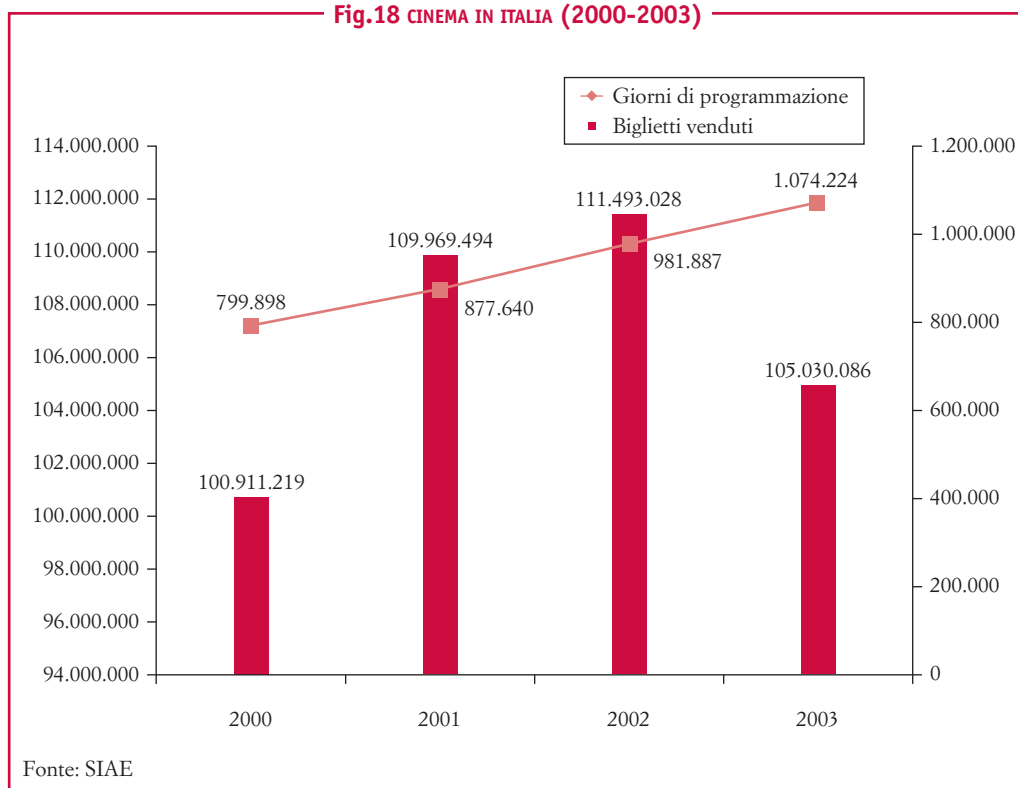
Risultati decisamente positivi si registrano anche in **Spagna** dove sono stati venduti quasi **144 milioni** di biglietti nel 2004, l'11% in più rispetto all'anno precedente e il 2% in più rispetto al 2002. L'incremento considerevole del numero di schermi che aveva interessato il paese negli ultimi anni si sta lentamente ridimensionando: sono quasi 4.400 le sale attive nel 2004, il 3% in più rispetto al 2003. Sono soprattutto le pellicole americane ad alimentare il mercato, mentre la cinematografia nazionale ha perso l'11% di spettatori rispetto al 2003.

Il cinema in Italia 2000-2003

Le **presenze** nelle sale italiane nel 2003⁵⁵ sono state poco più di **105 milioni** con un decremento di quasi il 6% rispetto all'anno precedente a fronte di un aumento del 9% delle **giornate** di programmazione (più di **1 milione**). La **spesa** complessiva è di poco più di **600 milioni di euro**, il 3% in meno rispetto al 2002.

L'offerta di spettacoli cinematografici dal 2000 al 2003 è aumentata del 34% mentre il numero di **biglietti venduti** è aumentato solo del 4%, dinamica che ha comportato una diminuzione progressiva del numero medio di spettatori al giorno, che passano infatti dai 125 del 2000 ai 98 del 2003. Il fenomeno è generalizzato in tutte le regioni italiane ma è particolarmente sentito in quelle meridionali, con meno di 90 spettatori a proiezione nel 2003.

Fig.18 CINEMA IN ITALIA (2000-2003)



⁵⁵ Fonte: SIAE.

La tendenza evidenziata fino al 2002 di un progressivo spostamento delle presenze dai capoluoghi verso i comuni di provincia si è attenuata nel 2003: i capoluoghi catalizzano il 33% degli spettatori e degli incassi come nell'anno precedente. Il rinnovamento e lo sviluppo dell'esercizio cinematografico con la diffusione di multisale e multiplex fuori dalle grandi città sembra aver esaurito il potere trainante legato all'elevato standard tecnologico e all'offerta di una molteplicità di servizi.

Il Piemonte è la quinta regione per numero di affluenze nelle sale e rappresenta circa l'8% delle presenze complessive in Italia.

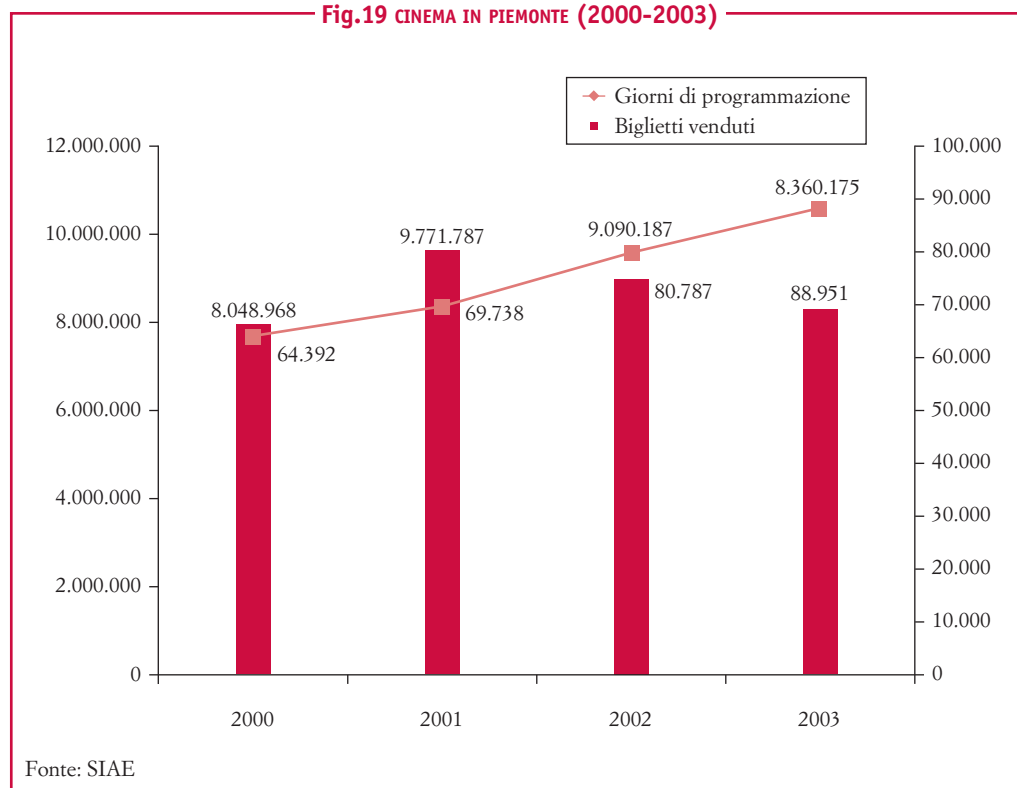
Se la Lombardia rimane la regione con il maggior numero di biglietti venduti (18,5 milioni), nel Lazio si ha il più alto numero di biglietti pro capite: sono 3 per abitante, uno in più rispetto al Piemonte e alla Lombardia.

Le dinamiche di consumo nel 2003 sono differenti a seconda della regione: nel Lazio è fortemente concentrato nella capitale, dove si rileva il 74% dei biglietti venduti, in Lombardia è maggiormente diffuso nelle province in quanto Milano raccoglie il 29% degli spettatori mentre a Torino confluisce il 44% delle presenze. Per tutti e tre i capoluoghi il consumo medio pro capite è di circa 4 biglietti per abitante nel 2003.

Il cinema a Torino nel 2004

Nel 2004 a Torino sono stati venduti quasi **3,7 milioni di biglietti** per un incasso complessivo di oltre **20 milioni di euro**. Rispetto al 2003 le affluenze sono aumentate dell'8,8% mentre più contenuto è l'incremento della spesa del pubblico (+5,2%), nonostante sia ulteriormente

Fig.19 CINEMA IN PIEMONTE (2000-2003)



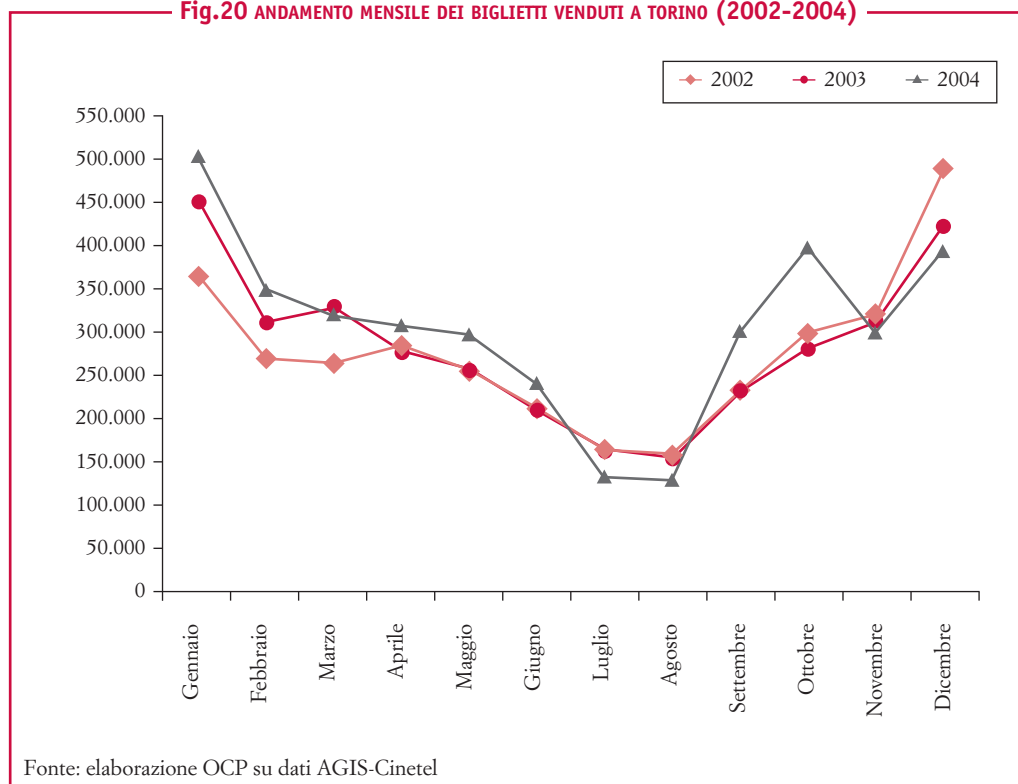
diminuito il numero di sale di prima visione monitorate, passate da 72 in gennaio a 69 in dicembre.

L'incremento delle presenze nelle sale nel 2004 è in buona parte dovuto al successo di alcune pellicole nazionali ed estere distribuite lungo tutto l'arco della stagione cinematografica, in particolare nel secondo trimestre dell'anno con un incremento del 14% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il primo trimestre del 2004 si chiude con un aumento di poco meno dell'8%, nel terzo e nel quarto si registra rispettivamente un +4% e un +8,4%. I risultati sono altrettanto positivi se confrontati con il 2002, anno in cui sono entrati in funzione due multiplex in città, ma anche rispetto al 1998 caratterizzato dal successo del colossal *Titanic*.

Gli andamenti mensili degli ultimi tre anni evidenziano come i consumi cinematografici siano ancora fortemente stagionali.

Nel mese di **gennaio** sono stati rilevati oltre 500.000 spettatori, il 12% in più rispetto al 2003. La combinazione di alcuni blockbusters americani e nazionali è stata determinante ai fini dei risultati positivi in quasi tutte le sale cinematografiche, nonostante un 9% in meno di giornate di programmazione. Altrettanto positivi i risultati di **febbraio** dove l'atto finale della saga de *Il Signore degli anelli* ha raccolto da solo il 15% delle affluenze. Complessivamente le presenze sono state il 12% in più rispetto allo stesso mese dell'anno precedente e ben il 28% in più rispetto al febbraio 2002. Nonostante gli ottimi risultati, tuttavia, il numero medio di spettatori per schermo risulta inferiore del 3% rispetto al 2002, quando in funzione vi erano 54 sale a fronte delle 72 del 2004. Perdite generalizzate per il mese di **marzo** con un -2,5% di spettatori rispetto al 2003, ma pur sempre un 21% in più rispetto al 2002. Sono soprattutto le sale cinematografiche tradizionali a soffrire maggiormente, mentre i multiplex mantengono

Fig.20 ANDAMENTO MENSILE DEI BIGLIETTI VENDUTI A TORINO (2002-2004)

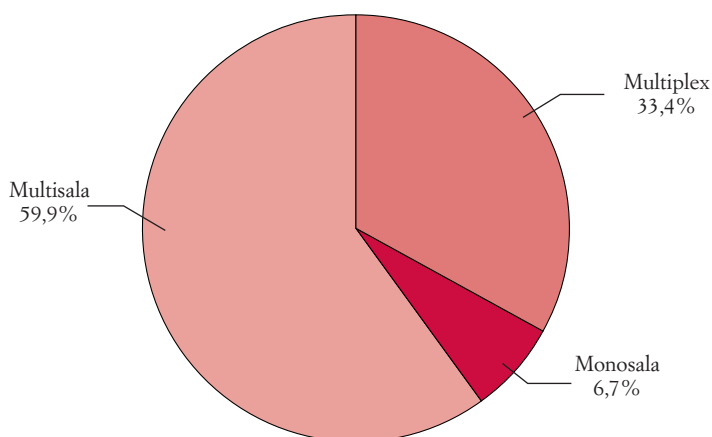


o aumentano il numero di spettatori. Marzo si presenta come un mese di transizione tra la fine della programmazione natalizia e le nuove uscite in occasione delle festività pasquali e negli ultimi anni si sta sempre più caratterizzando come il mese della programmazione nazionale, con il successo delle pellicole italiane. Ad **aprile** il film evento di Pasqua⁵⁶ e due film nazionali raccolgono quasi un terzo delle presenze, contribuendo a elevare del 12% le affluenze complessive rispetto al 2003. Il mese di **maggio** torna ad essere totale appannaggio dei film americani che occupano le prime otto posizioni nella classifica dei film più visti. Unica eccezione per la pellicola torinese *Dopo mezzanotte*, che si colloca al terzo posto con quasi 23.000 biglietti venduti. Le presenze sono state quasi 300.000, il dato più alto per tale mese dal 1997, pari al 16,6% in più rispetto al 2003. A parità di giorni di programmazione con lo stesso mese dell'anno precedente, **giugno** si chiude con un incremento del 14% rispetto al 2003, quasi esclusivamente dovuto al terzo capitolo della serie di *Harry Potter*, il quale ha totalizzato un terzo delle presenze complessive. Nei mesi di **luglio** e **agosto** si ha una brusca inversione di tendenza rispetto agli anni precedenti, che vedevano un timido tentativo di superare il problema della stagionalità dei consumi cinematografici. I due mesi hanno perso rispettivamente il 17% e il 14% di spettatori per l'assenza di programmazione di un certo respiro: se si considera il periodo da giugno ad agosto si evidenzia dunque una perdita del 3,4% di spettatori. La stagione cinematografica riprende brillantemente tra **settembre** (+30%) e **ottobre** (+43%), mentre **novembre** e **dicembre**, pur mantenendosi su una soglia piuttosto alta per il periodo, perdono rispettivamente il 3,6% e il 5,6% di affluenze nei confronti del 2003.

L'elemento che accomuna tutti i mesi, fatta eccezione solo per luglio e agosto, è la riduzione del prezzo medio del biglietto che nel 2004 cala del 3,3%, ritornando sui livelli del 2002. La riduzione dei prezzi medi interessa tutte le monosale e le multisale con un ritocco verso il basso del 6%, mentre i multiplex mantengono la stessa proporzione di incasso per spettatore intorno a 6,1 euro a fronte dei 5 euro degli altri esercizi cinematografici.

Da un'analisi più dettagliata dell'esercizio cinematografico si vede come le monosale tradizionali non abbiano retto l'ingresso sul mercato dei multiplex: se nel 1999 le monosale rappresentavano circa il 44% sul totale degli spettatori, nel 2004 rappresentano solo il 7%. La posi-

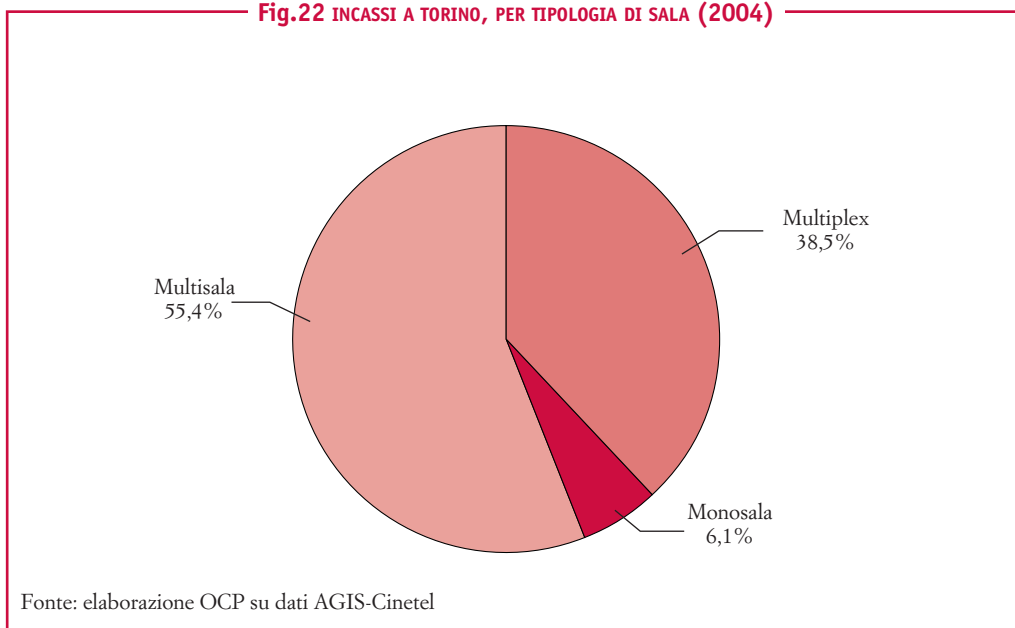
Fig.21 PRESENZE A TORINO, PER TIPOLOGIA DI SALA (2004)



Fonte: elaborazione OCP su dati AGIS-Cinetel

⁵⁶ *La passione di Cristo* di Mel Gibson è uscito nelle sale piemontesi il 7 aprile 2004.

Fig.22 INCASSI A TORINO, PER TIPOLOGIA DI SALA (2004)



zione persa dalle monosale solo in parte ha favorito le multisale, il cui peso è passato dal 56% del 1999 al 60% del 2004, ed è stata invece occupata dai multiplex, che nel 2004 rappresentano il 33% del mercato torinese. Il fenomeno è ancor più evidente se si considera il numero di spettatori per schermo: le monosale sono passate da 75.000 spettatori del 1999 a 31.000, le multisale da 68.000 a 48.000 e i multiplex nel 2004 hanno totalizzato 65.000 presenze a schermo.

Il cinema in Piemonte nel 2004

Il campione di sale cinematografiche monitorate in regione dall'OCP è costituito dagli schermi con una programmazione di prima visione e rappresenta, in termini di biglietti venduti nel 2004, oltre l'80%⁵⁷ delle presenze rilevate dalla SIAE.

Le affluenze complessive nelle 245 sale cinematografiche piemontesi monitorate nel 2004 sono state oltre 8 milioni, con un incasso di 46,5 milioni di euro. Rispetto all'anno precedente si registra un incremento del 10,3% delle presenze e del 7,5% degli incassi. Se si esclude il capoluogo torinese, l'incremento è ancora maggiore, pari all'11,6%. Il dato positivo è da attribuire tuttavia quasi esclusivamente alle sale fuori dai capoluoghi di provincia. Poiché le dinamiche che caratterizzano i grandi e i piccoli centri sono molto differenti, per ricostruire le evoluzioni del mercato cinematografico in regione è necessario prendere in considerazione diverse variabili. Dalle elaborazioni emergono i seguenti fenomeni:

- Torino incide sul totale regionale per il 45,2% di spettatori e per il 43% degli incassi complessivi;
- i consumi negli altri capoluoghi di provincia pesano, sul totale regionale depurato dalle affluenze rilevate in Torino, per il 20,5%, 3 punti percentuali in meno di quanto rilevato nel 2003;
- i 5 multiplex⁵⁸ monitorati incidono per il 24,4% sul totale delle affluenze regionali, mentre la percentuale sale al 44,6% se si esclude Torino.

⁵⁷ L'unica provincia sottorappresentata è quella del V.C.O., dove la SIAE ha rilevato nel 2003 172.174 biglietti venduti contro i 78.075 rilevati dall'AGIS-Cinetel.

⁵⁸ Vengono calcolati solo i multiplex con un numero di schermi uguale o maggiore di 8, attivi per tutti i 12 mesi del 2004.

Tab.12 BIGLIETTI VENDUTI NELLE SALE CINEMATOGRAFICHE IN PIEMONTE (2002-2004)

PROV.	CITTÀ	SCHERMI			SPETTATORI			VAR. ASSOLUTE		VAR. %	
		2002	2003	2004	2002	2003	2004	2002-2003	2003-2004	2002-2003	2003-2004
AL	Acqui Terme	2	2	2	44.225	40.441	43.584	-3.784	3.143	-8,6	7,8
AL	Alessandria	9	9	9	312.258	261.377	256.609	-50.881	-4.768	-16,3	-1,8
AL	Casale	1	9	8	45.876	83.452	269.538	37.576	186.086	81,9	223,0
AT	Asti	4	5	12	159.531	140.096	161.208	-19.435	21.112	-12,2	15,1
AT	Nizza Monferrato	5	5	5	46.969	42.701	44.575	-4.268	1.874	-9,1	4,4
BI	Biella	6	6	6	228.757	197.578	212.964	-31.179	15.386	-13,6	7,8
BI	Pray	1	1	1	14.926	13.394	15.085	-1.532	1.691	-10,3	12,6
CN	Borgo San Dalmazzo	10	10	10	421.920	383.053	400.044	-38.867	16.991	-9,2	4,4
CN	Bra	5	5	5	117.166	98.042	89.673	-19.124	-8.369	-16,3	-8,5
CN	Cuneo	1	1	1	37.392	37.454	50.544	62	13.090	0,2	34,9
CN	Dogliani	3	3	3	41.810	37.518	36.996	-4.292	-522	-10,3	-1,4
CN	Savigliano	6	6	6	135.583	151.088	170.710	15.505	19.622	11,4	13,0
NO	Borgomanero	4	3	3	86.969	69.968	79.810	-17.001	9.842	-19,5	14,1
NO	Castelletto Ticino	9	9	9	405.365	339.718	306.121	-65.647	-33.597	-16,2	-9,9
NO	Novara	4	4	4	145.483	106.198	80.773	-39.285	-25.425	-27,0	-23,9
TO	Avigliana	1	1	1	25.828	19.928	24.019	-5.900	4.091	-22,8	20,5
TO	Beinasco	9	9	9	836.462	732.915	793.025	-103.547	60.110	-12,4	8,2
TO	Carmagnola	1	1	1	35.608	28.137	29.320	-7.471	1.183	-21,0	4,2
TO	Chieri	2	2	2	73.483	52.505	62.839	-20.978	10.334	-28,5	19,7
TO	Chivasso	2	2	2	68.613	51.067	55.524	-17.546	4.457	-25,6	8,7
TO	Collegno	5	5	4	99.517	72.348	66.570	-27.169	-5.778	-27,3	-8,0
TO	Ivrea	4	4	3	115.108	82.951	101.253	-32.157	18.302	-27,9	22,1
TO	Moncalieri	1	1	17	27.047	14.913	83.930	-12.134	69.017	-44,9	462,8
TO	Pianezza	2	2	4	57.057	48.264	58.750	-8.793	10.486	-15,4	21,7
TO	Pinerolo	4	4	4	112.694	94.805	102.049	-17.889	7.244	-15,9	7,6
TO	Rivoli	2	1	1	23.528	15.153	7.138	-8.375	-8.015	-35,6	-52,9
TO	Settimo Torinese	2	3	3	60.318	67.410	78.607	7.092	11.197	11,8	16,6
TO	Torino	79	72	69	3.345.420	3.397.487	3.698.086	52.067	300.599	1,6	8,8
TO	Venaria Reale	3	0	3	140.403	41.314	60.947	-99.089	19.633	-70,6	47,5
V.C.O.	Verbania	4	4	3	97.407	78.075	80.944	-19.332	2.869	-19,8	3,7
Vc	Borgosesia	1	0	1	17.567	5.478	792	-12.089	-4.686	-68,8	-85,5
Vc	Vercelli	5	5	5	108.336	85.895	76.926	-22.441	-8.969	-20,7	-10,4
Totale confrontabile 2002		197	194	216	7.488.626	6.890.723	7.598.953	-597.903	708.230	-8,0	10,3
AT	Canelli	1	1	1	670	4.527	4.480		-47		-1,0
CN	Fossano	3	3	3	8.545	51.399	60.737		9.338		18,2
CN	Mondovi	3	3	3	36.764	44.781	54.179		9.398		21,0
NO	Oleggio	2	2	1	3.900	15.100	5.299		-9.801		-64,9
TO	Borgaro Torinese	1	1	1	5.175	17.709	21.639		3.930		22,2
TO	Ciriè	1	1	1	5.162	20.258	19.802		-456		-2,3
TO	Cuorgnè	1	1	1	7.681	27.112	28.735		1.623		6,0
TO	S. Mauro Torinese	1	1	1	17.996	5.898	15.053		9.155		155,2
TO	Valperga	2	2	2	11.333	47.418	49.930		2.512		5,3
Totale confrontabile 2003		212	209	230	7.585.852	7.124.925	7.858.807		733.882		10,3
CN	Alba		6	6		27.727	93.069				
NO	Bellinzago Novarese		8	8		37.610	231.164				
BI	Cossato			1			63				
Totale Piemonte		223	245		7.190.262	8.183.103					

Fonte: elaborazione OCP su dati AGIS-Cinetel

Gli spettatori nei capoluoghi di provincia nel 2004 rilevati in 40 sale cinematografiche sono stati oltre 900.000, l'1,5% in più rispetto all'anno precedente ma il 15,5% in meno rispetto al 2002.

Il 2004 è stato un anno particolarmente positivo in seguito alla programmazione di un certo respiro per una parte dei capoluoghi mentre in altri gli spettatori cinematografici sono calati bruscamente per la concorrenza di multiplex nelle vicinanze.

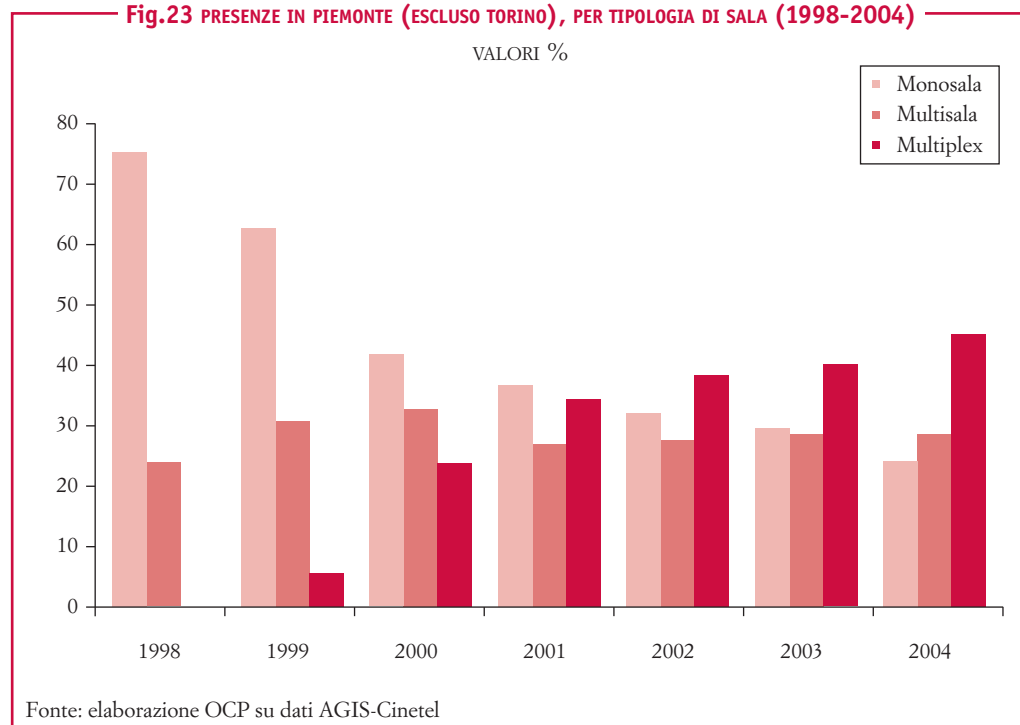
Le affluenze ad **Alessandria** si sono mantenute tendenzialmente stabili con un leggero calo dell'1,8%. Tuttavia il multiplex a 8 schermi a Casale Monferrato, il quale ha determinato da solo quasi 270.000 presenze in tutto il 2004, rappresenta un forte elemento catalizzatore rispetto al capoluogo alessandrino.⁵⁹

Ad **Asti**, al contrario, le presenze sono salite ad oltre 160.000, pari a +15%, in seguito alla riapertura di alcune sale e a una programmazione particolarmente attrattiva. Va segnalato che Asti è l'unico capoluogo (a eccezione di Torino) in cui opera da poco una nuova multisala a 7 schermi i cui effetti si rileveranno nell'arco del 2005.

Il 2004 è stato particolarmente positivo per **Biella**, con incrementi piuttosto sostenuti in quasi tutti i mesi. A parità di numero di sale monitorate negli ultimi tre anni le affluenze sono aumentate del 7,7% nel 2004 rispetto al 2003, ma sono diminuite del 6,9% rispetto al 2002.

A **Cuneo** si registra un andamento anomalo rispetto al resto dei capoluoghi piemontesi: l'unica sala di prima visione rimasta in funzione sul territorio cittadino continua a incrementare il suo pubblico registrando un +35% nel 2004. Nonostante l'apertura del multiplex a 10 schermi a Borgo San Dalmazzo abbia rappresentato un forte catalizzatore di pubblico rispetto al capoluogo, una parte di pubblico continua comunque a frequentare la sala cittadina.

Fig.23 PRESENZE IN PIEMONTE (ESCLUSO TORINO), PER TIPOLOGIA DI SALA (1998-2004)



⁵⁹ Alessandria subisce anche la concorrenza del multiplex di Tortona.

Dinamica opposta a quella cuneese si registra a **Novara**, dove le quattro sale in città continuano a perdere pubblico a favore dei multiplex nelle vicinanze. Il 2004 si chiude con una perdita del 24% di biglietti venduti, che sommata al 27% dell'anno precedente determina un calo delle affluenze di quasi 65.000 unità in tre anni.

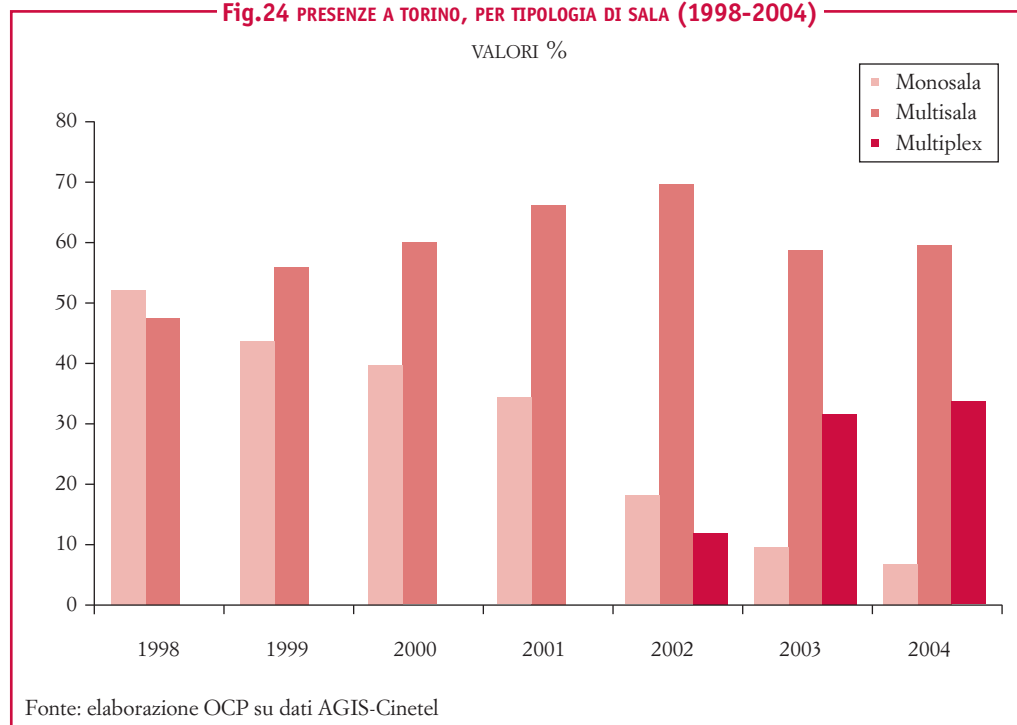
Anche **Vercelli** risente degli stessi problemi del capoluogo novarese, con un calo del 40% di presenze nel triennio, dovuto in gran parte all'apertura di un multiplex nelle vicinanze⁶⁰, mentre a **Verbania** gli andamenti delle affluenze dipendono più dalla qualità della programmazione che dalle trasformazioni dell'esercizio cinematografico, solo marginalmente compiute nel capoluogo e nel resto della provincia.

L'analisi di lungo periodo della composizione dell'esercizio cinematografico in Piemonte evidenzia come sia avvenuta una profonda trasformazione dal 1998 al 2004 e come abbia caratteristiche sostanzialmente differenti nei grandi centri e nel resto del territorio.

Il primo dato che emerge dal confronto tra esercizio cinematografico torinese e quello del resto del Piemonte è la tenuta in termini di spettatori delle strutture monosala: nel 2004 le presenze rilevate nelle sale di provincia sono state il 25% del totale contro il 6% di quelle in Torino. La dispersione sul territorio di tale tipologia va incontro alle esigenze di quella parte di spettatori meno propensa agli spostamenti, per la quale forse la dotazione tecnologica avanzata e l'accesso a servizi commerciali e altri intrattenimenti non rappresenta un fattore determinante di scelta.

La struttura dominante nel capoluogo torinese è invece quella delle multisale, per lo più derivanti dal frazionamento di vecchi esercizi di grandi dimensioni. Le affluenze del 2004 sono state circa il 60% di quelle totali, incidenza percentuale pari a quella del 2000, anno in cui sono iniziate le grandi ristrutturazioni. Diversamente, in provincia alla multisala è subentrato il multiplex, che ha catalizzato nel 2004 quasi la metà delle affluenze provinciali.

Fig.24 PRESENZE A TORINO, PER TIPOLOGIA DI SALA (1998-2004)



⁶⁰ Nell'ottobre 2003 è stato inaugurato un multiplex a Casale Monferrato, che dista 24 km da Vercelli.

La geografia della distribuzione delle sale tra centro e periferia, sia intesa entro i confini cittadini, sia intesa come rapporto tra capoluogo e resto del territorio, dimostra come i margini di miglioramento complessivo dell'offerta siano difficilmente valutabili attraverso una mera analisi quantitativa delle affluenze. Stando ai principali indicatori si può leggere uno spostamento del flusso di spettatori dalle sale tradizionali verso strutture più moderne come avvenuto in provincia.

GLI ASPETTI ECONOMICI E OCCUPAZIONALI

2.1 LE RISORSE PER LA CULTURA: UNO SGUARDO D'INSIEME

Il complesso delle risorse sia pubbliche sia private allocate in Piemonte nel **2003** e monitorate dall'Osservatorio è stimabile in circa **360 milioni** di euro.

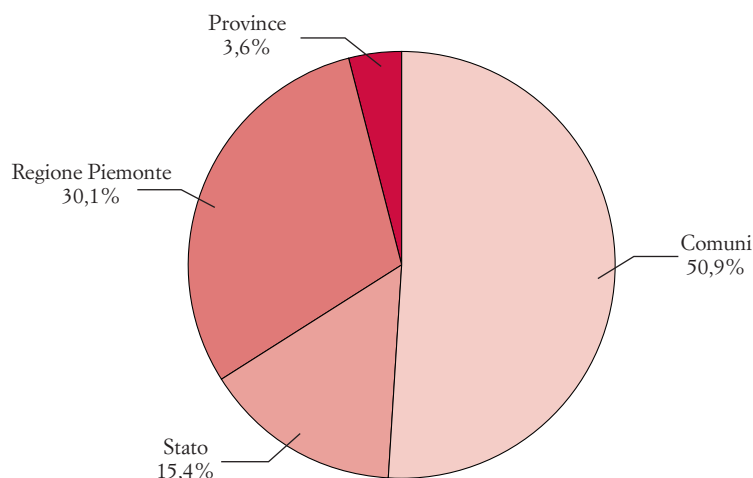
A tale stima vanno aggiunte le risorse di carattere straordinario destinate alla realizzazione di interventi su specifici beni culturali come, ad esempio, i finanziamenti relativi all'Accordo di Programma Quadro – a cui partecipano la Comunità Europea, lo Stato, la Regione Piemonte oltre agli enti locali e alle fondazioni di origine bancaria – per il recupero e la valorizzazione dell'insieme delle Residenze Sabaude e delle fortificazioni, e per il potenziamento dei musei in regione, che comporta un notevole impegno finanziario su più anni (pari a oltre 300 milioni di euro).

Le **risorse pubbliche** destinate al settore culturale in Piemonte¹ da parte dello Stato, della Regione Piemonte, delle Province e dei Comuni si possono stimare per il 2003 in circa **293 milioni** di euro. Rispetto al 2002 è possibile rilevare un andamento ancora in positivo della spesa pubblica per la cultura, con un aumento di circa l'8,5%.

I Comuni con una popolazione superiore ai 15.000 abitanti e la Regione Piemonte rappresentano i principali enti finanziatori, con un importo rispettivamente di 149 e 88 milioni di euro. L'incidenza percentuale sul totale delle risorse pubbliche della spesa dei Comuni è passata dal 44% del 2002 al 51% del 2003, mentre il peso delle Province è passato dal 3% al 4%. In riduzione risulta l'apporto dei finanziamenti statali e di quelli regionali, scesi nel 2003 rispettivamente al 15% e al 30% nell'ambito del processo di trasferimento di competenze tra enti locali.

Le **risorse** investite in regione da soggetti **istituzionali non pubblici**, come le fondazioni di origine bancaria e le Consulte per la valorizzazione del patrimonio artistico e culturale, ammontano complessivamente nel 2003 a **66,8 milioni di euro**, cifra sostanzialmente stabile rispetto all'anno precedente. Vanno inoltre aggiunte le donazioni delle istituzioni e delle imprese private, definite anche erogazioni liberali, destinate alla cultura in Piemonte attraverso la legge n. 342 del 2000, le quali ammontano nel 2003 a circa 285.000 euro².

Fig.25 SPESA PUBBLICA IN CULTURA IN PIEMONTE (2003)



Fonte: elaborazione OCP su dati Regione Piemonte, MBAC, Comuni e Province

¹ Si deve evidenziare che nella stima relativa alle risorse pubbliche non vengono considerate le somme messe a disposizione da assessorati diversi da quelli alla cultura, pur riguardando le attività e i beni culturali.

² Il conteggio non comprende le donazioni da parte dei singoli cittadini.

2.2 LE RISORSE PUBBLICHE PER LA CULTURA

La spesa dello Stato

Le **risorse statali** complessive ammontano nel 2003 a **45,3 milioni di euro**.

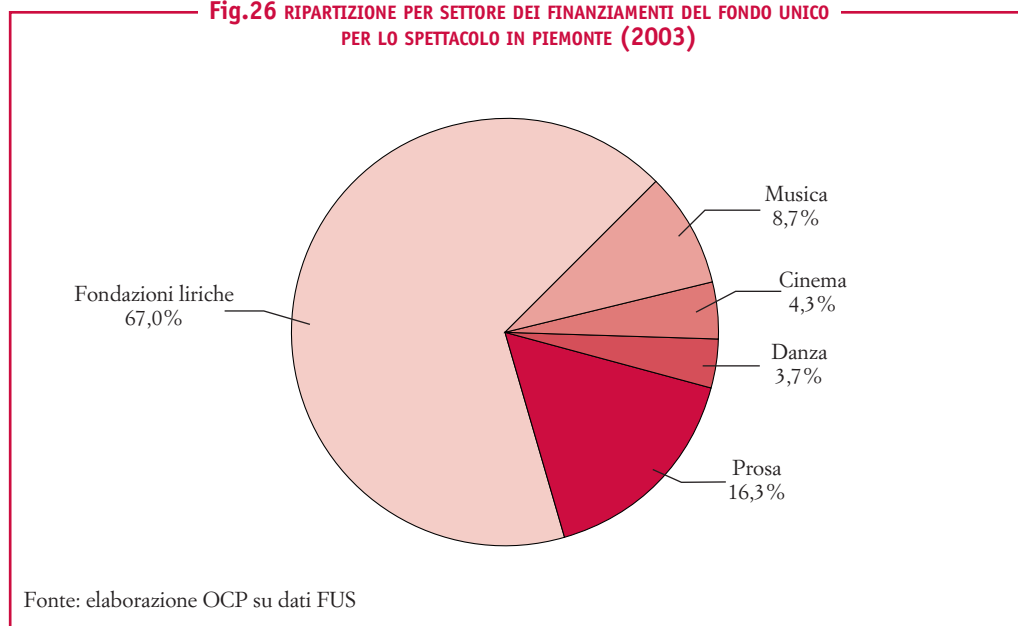
Attraverso il Fondo Unico dello Spettacolo (FUS), lo Stato ha destinato al Piemonte per il 2003 oltre 26 milioni di euro, l'1,7% in più rispetto all'anno precedente a valori correnti³. Rispetto al totale nazionale, in Piemonte è stato erogato circa il 5% delle risorse stanziare per l'Italia, le quali ammontano complessivamente a 518 milioni di euro.

I finanziamenti del FUS sono ripartiti tra i principali settori d'intervento, ossia le fondazioni liriche, la danza, il teatro di prosa, il cinema, la musica. Non si considerano, nelle presenti elaborazioni, le risorse destinate ai circhi e agli spettacoli viaggianti.

Come negli anni precedenti, il settore musicale assorbe nel 2003 la quota maggiore (75,7%) di risorse del FUS, pari a oltre 20 milioni di euro; di questi, 17,7 milioni sono destinati alla lirica, con una diminuzione dello 0,3% rispetto all'anno precedente, a fronte di un incremento del 4,4% dei contributi per le altre attività musicali. I finanziamenti per il settore cinema (1,1 milioni di euro) sono cresciuti del 40% rispetto al 2002; a beneficiarne sono stati soprattutto i festival cinematografici e i progetti speciali. Il settore della danza (970.000 euro) rimane sostanzialmente stabile rispetto al 2002, mentre nella prosa (4,9 milioni di euro) si ha un incremento dell'1,9%, dovuto per lo più al finanziamento dei circuiti teatrali.

Per quanto riguarda i fondi derivanti dal Lotto, la programmazione relativa al triennio 2001-2003 prevede, per il 2003, la destinazione al Piemonte di 11,6 milioni di euro. Tali fondi sono stati destinati agli Archivi di Stato di Novara, di Vercelli e della sezione di Varallo, nonché alla Biblioteca Reale, alla Biblioteca Nazionale Universitaria di Torino e a interventi su alcune Residenze Sabaude come la Villa della Regina, la Palazzina di Caccia di Stupinigi e il Castello di Racconigi.

Fig.26 RIPARTIZIONE PER SETTORE DEI FINANZIAMENTI DEL FONDO UNICO PER LO SPETTACOLO IN PIEMONTE (2003)



³ A valori costanti l'importo del FUS del 2003 risulta in diminuzione dello 0,7%.

Nel 2003 i finanziamenti per gli enti periferici dello Stato ammontano a 7,2 milioni di euro, secondo quanto contenuto nel programma triennale degli interventi predisposto dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali. Tale cifra comprende i finanziamenti per le Soprintendenze ai Beni Archeologici, Architettonici, Artistici e Storici (6,5 milioni di euro), per il Settore dei Beni Archivistici (583.000 euro per interventi di restauro e recupero funzionale di strutture) e per i Beni Librari, le istituzioni culturali e l'editoria (quasi 50.000 euro per il restauro di materiale cartaceo).

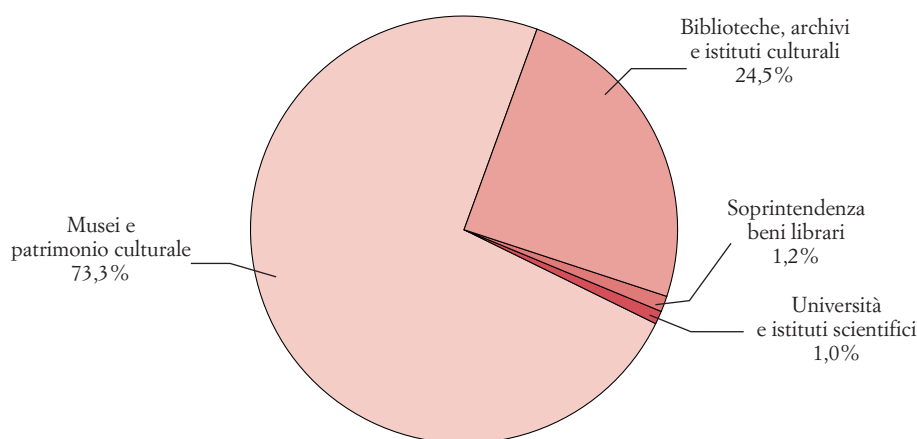
La spesa della Regione Piemonte

Le risorse delle due Direzioni⁴ dell'Assessorato alla Cultura della **Regione Piemonte** ammontano nel 2003 a poco più di **88 milioni di euro**⁵, con un aumento del 5,8% rispetto all'anno precedente a valori correnti e del 3,3% a valori costanti.

Del complesso delle spese regionali, oltre il 60% è erogato dalla Direzione Beni Culturali⁶, che nel 2003 ha speso sul territorio quasi 54 milioni di euro, circa il 4,3% in meno rispetto al 2002. La maggior parte delle risorse, circa il 74%, viene destinata al Settore Musei e Patrimonio Culturale per la gestione e valorizzazione dei musei e del patrimonio culturale della regione, mentre al Settore Biblioteche, Archivi e Istituti Culturali è destinato il 24%. La restante parte è suddivisa tra la Soprintendenza ai Beni Librari, cui spetta una quota esigua (1%), e le attività e iniziative convegnistiche e seminari del Settore Università e Istituti Scientifici.

Per quanto riguarda la Direzione Promozione Attività Culturali, Istruzione e Spettacolo non viene conteggiata la spesa relativa all'istruzione e all'edilizia scolastica; la spesa degli altri settori ammonta per il 2003 a 34,4 milioni di euro, con un incremento del 27,4% rispetto all'anno precedente. L'aumento è da attribuire quasi esclusivamente a una serie di investimenti – piuttosto consistenti nel 2003 – in ristrutturazione e ammodernamento di sedi di attività di spettacolo.

Fig.27 SUDDIVISIONE PER TIPOLOGIA D'INTERVENTO DELLA DIREZIONE BENI CULTURALI DELLA REGIONE PIEMONTE (2003)



Fonte: elaborazione OCP su dati Regione Piemonte

⁴ Direzione Regionale 31 (Beni Culturali) e Direzione Regionale 32 (Promozione Attività Culturali Istruzione e Spettacolo).

⁵ Il dato include solo le risorse erogate sul territorio regionale. Non vengono pertanto considerati i finanziamenti per iniziative svolte fuori dal Piemonte (in altre regioni italiane o all'estero).

⁶ La Direzione Beni Culturali comprende i settori Biblioteche, Archivi e Istituti Culturali, Soprintendenza per i Beni Librari, Musei e Patrimonio Culturale, Università e Istituti Scientifici. Di quest'ultimo settore viene qui presa in considerazione soltanto la spesa per iniziative convegnistico-seminari, formative e di ricerca.

Il Settore Spettacolo è il beneficiario della maggior parte delle risorse (circa il 72%), mentre la restante parte viene suddivisa tra il Settore Promozione Attività Culturali (circa il 16%) e il Settore Promozione del Patrimonio Linguistico (circa l'8%). Il 4% delle spese è sostenuto per l'allestimento e gestione della mostra scientifica Experimenta.

Relativamente al Settore Spettacolo, circa il 40% delle risorse è stato erogato per le sedi di spettacolo, il 28% per le attività musicali, il 21% per la prosa, il 10% per le attività cinematografiche e la restante quota per la danza.

La spesa delle Province e dei Comuni

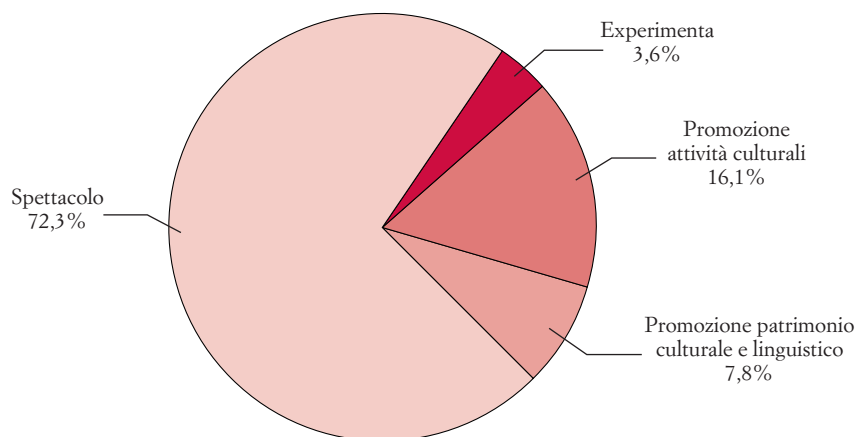
Nel 2003 le otto amministrazioni provinciali hanno speso per le funzioni relative alla cultura poco più di 10 milioni di euro, circa l'11% in più rispetto all'anno precedente. La disaggregazione per provincia evidenzia, come sempre, la preponderanza delle risorse disponibili delle Province di Torino e Cuneo, seguite dalla Provincia di Asti, con un ammontare complessivo di oltre un milione di euro, e dalla Provincia di Biella, con poco più di 800.000 euro.

Se si rapporta la spesa alla popolazione provinciale residente nel 2003, la Provincia di Asti emerge per importo pro capite pari a 5,6 euro, seguita dalla Provincia di Biella con 4,3 euro e da quella di Vercelli con 3,5 euro. Il dato pro capite delle altre Province si attesta intorno ai 2 euro.

Nel 2003 i Comuni piemontesi con una popolazione superiore ai 15.000 abitanti sono 46, per lo più concentrati nella provincia di Torino (21 Comuni), nel Cuneese (7 Comuni) e nell'Alessandrino (6 Comuni), mentre della provincia di Asti viene considerato solo il capoluogo. Complessivamente i Comuni piemontesi hanno speso nel 2003 quasi 150 milioni di euro, circa il 16% in più rispetto al 2002.

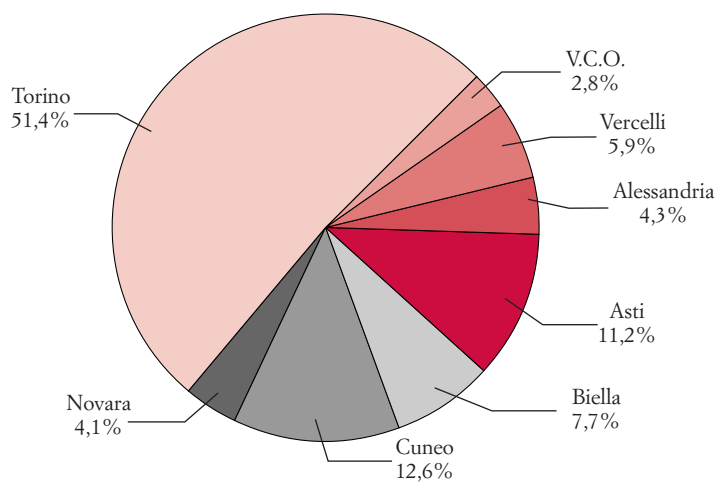
Del totale delle risorse spese dai Comuni, poco meno del 60% è stato destinato a musei, biblioteche e pinacoteche, e il restante 40% alle attività culturali.

Fig.28 SUDDIVISIONE PER TIPOLOGIA D'INTERVENTO DELLA DIREZIONE PROMOZIONE ATTIVITÀ CULTURALI E SPETTACOLO DELLA REGIONE PIEMONTE (2003)



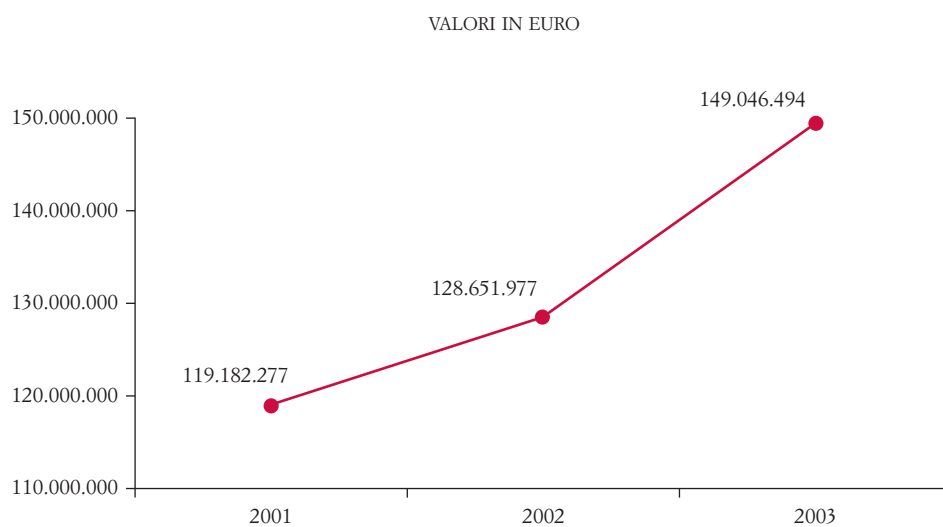
Fonte: elaborazione OCP su dati Regione Piemonte

**Fig.29 RIPARTIZIONE DELLE SPESE DELLE AMMINISTRAZIONI PROVINCIALI
PER IL SETTORE CULTURA (2003)**



Fonte: elaborazione OCP su dati amministrazioni provinciali

Fig.30 ANDAMENTO DELLA SPESA PER LA CULTURA DEI COMUNI PIEMONTESI (2001-2003)



Fonte: elaborazione OCP su dati dei bilanci consuntivi dei Comuni

2.3 GLI INTERVENTI DEI PRIVATI

Nel 2003, a livello nazionale, l'impegno complessivo delle fondazioni bancarie per il settore Arte e Cultura segna una ripresa dopo la lieve flessione nel 2002, anno che aveva interrotto la forte tendenza di crescita delle erogazioni.

Anche le risorse messe a disposizione dalle fondazioni bancarie piemontesi segnano una ripresa nel 2003, attestandosi a 76 milioni di euro, di cui 65,4 destinati in regione.

Nel 2003 rimane sostanzialmente stabile l'importo erogato dalle Consulte piemontesi (circa un milione di euro), mentre sono calate le erogazioni liberali da parte delle imprese (circa 285.000 euro).

Le fondazioni bancarie

Il sistema nazionale delle fondazioni bancarie⁷

Le attività culturali e artistiche sono da sempre oggetto di un impegno rilevante da parte delle fondazioni italiane, che a tale settore destinano in media ogni anno un terzo delle risorse disponibili.

Nel 2003 le fondazioni bancarie italiane hanno erogato 1,13 miliardi di euro per 22.804 interventi. Rispetto all'anno precedente le risorse complessive sono aumentate del 5,7% a valori correnti e del 3,1% a valori costanti. Nel settore Arte e Cultura sono stati investiti 337,9 milioni di euro, con un incremento rispetto al 2002 dell'8,5% dei fondi e dell'11,2% del numero di interventi finanziati. Dopo la flessione registrata nell'esercizio 2002, con uno spostamento di risorse verso il settore Istruzione, le fondazioni rinnovano il loro interesse per l'arte e la cultura, con un importo complessivo che nel 2003 risulta il più alto dal 1993. Inoltre la percentuale di incremento per quanto riguarda gli importi erogati in questo settore è molto superiore a quella registrata per gli altri settori finanziati.

A livello nazionale il settore Arte e Cultura registra un'incidenza percentuale sul totale degli importi erogati che si attesta sul 29,7%, confermandosi come settore largamente maggioritario rispetto al settore Istruzione (16,2%), al settore Assistenza Sociale (13,2%) e al settore Filantropia e Volontariato (12%).

Anche nel 2003 la tipologia di intervento di gran lunga prevalente è quella per la conservazione e valorizzazione dei beni architettonici e archeologici, cui sono destinati oltre 131 milioni di euro, con un'incidenza del 39% sul totale erogato nel settore. In tale ambito l'importo medio unitario a intervento risulta il doppio rispetto alla media dell'intero settore, a causa della caratteristica intrinseca della tipologia di interventi, che implicano necessariamente investimenti più cospicui. Risulta dunque evidente la predilezione da parte delle fondazioni italiane verso finanziamenti volti a sostenere iniziative di consistente rilievo economico per il recupero del patrimonio monumentale e archeologico del territorio in cui esse operano e spesso hanno la propria sede.

Gli altri ambiti di una certa rilevanza nel settore sono rappresentati dalle attività culturali (16,4%) e in particolare dall'ambito delle creazioni e interpretazioni artistiche quali musica, teatro, danza, cinema, che rappresentano il 18% del totale erogato nel settore Arte e Cultura.

Le fondazioni bancarie in Piemonte

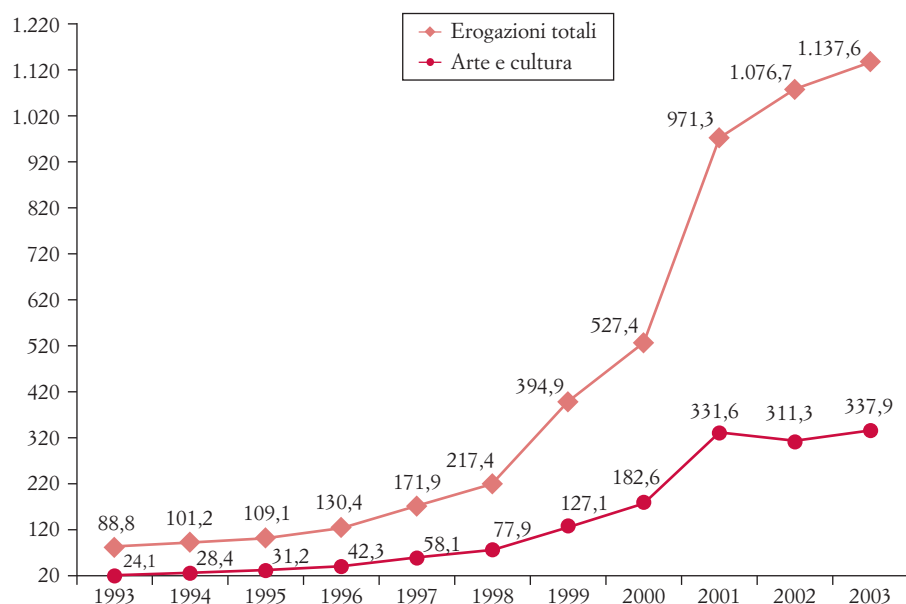
Le 12 fondazioni di origine bancaria piemontesi hanno stanziato nel 2003 per il settore Arte e Cultura oltre 76 milioni di euro, con un incremento del 6,6% rispetto al 2002; tuttavia l'importo complessivo rimane al di sotto del dato del 2001⁸. Il settore culturale pesa nel 2003 per il 32% sul totale delle risorse erogate nei diversi comparti da tutte le fondazioni piemontesi.

⁷ Fonte: Associazione fra le Casse di Risparmio Italiane, *Nono Rapporto sulle Fondazioni Bancarie*, supplemento al n. 4, 2004 de "Il Risparmio", Roma, ACRI, 2004.

⁸ Nel 2001 le risorse complessive, investite sia in regione sia fuori regione, destinate al settore Cultura ammontavano a 78 milioni di euro.

Fig.31 EROGAZIONI TOTALI E NEL SETTORE ARTE E CULTURA DELLE FONDAZIONI BANCARIE ITALIANE (1993-2003)

VALORI CORRENTI (MILIONI DI EURO)



Fonte: elaborazione OCP su dati ACRI

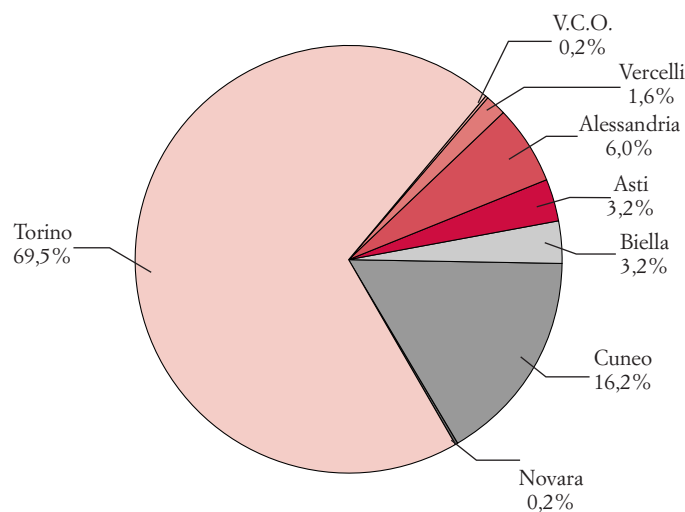
Tab.13 DISTRIBUZIONE DELLE EROGAZIONI TOTALI E NEL SETTORE ARTE E CULTURA DELLE FONDAZIONI BANCARIE ITALIANE (1993-2003)

VALORI IN MILIONI DI EURO

	EROGAZIONI TOTALI		SETTORE ARTE E CULTURA		INCIDENZA CULTURA SU TOTALE
	IMPORTO	VARIAZIONE %	IMPORTO	VARIAZIONE %	
1993	88,8	-	24,1	-	27,1
1994	101,2	13,9	28,4	18,0	28,0
1995	109,1	7,8	31,2	9,9	28,6
1996	130,4	19,5	42,3	35,4	32,4
1997	171,9	31,8	58,1	37,5	33,8
1998	217,4	26,5	77,9	34,1	35,8
1999	394,9	81,6	127,1	63,2	32,2
2000	527,4	33,6	182,6	43,7	34,6
2001	971,3	84,2	331,6	81,6	34,1
2002	1.076,7	10,9	311,3	-6,1	28,9
2003	1.137,6	5,7	337,9	8,5	29,7

Fonte: elaborazione OCP su dati ACRI

Fig.32 RIPARTIZIONE DELLE RISORSE DELLE FONDAZIONI BANCARIE PIEMONTESI NEL SETTORE CULTURA (2003)



Fonte: elaborazione OCP su dati dei bilanci e rapporti annuali delle fondazioni bancarie piemontesi

Rispetto al contesto nazionale, gli stanziamenti delle fondazioni piemontesi in ambito culturale rappresentano il 22,5%, confermando il dato dell'anno precedente.

Le risorse erogate per attività e iniziative in Piemonte nel 2003 sono pari a 65,4 milioni di euro⁹, sostanzialmente stabili rispetto all'anno precedente ma in aumento a valori correnti del 2,5% rispetto al 2001.

L'articolazione degli interventi per provincia evidenzia una forte concentrazione di risorse nella provincia di Torino e in particolare nel capoluogo regionale, in cui confluiscono quasi 42 milioni di euro in seguito agli stanziamenti delle due maggiori fondazioni piemontesi. Tra le altre province quella di Cuneo e quella di Alessandria, con le relative Fondazioni Cassa di Risparmio, raccolgono rispettivamente 10,5 e 3,9 milioni di euro. Le Fondazioni Cassa di Risparmio di Asti e di Biella erogano contributi per poco meno di due milioni di euro, mentre le restanti dispongono di risorse per meno di un milione di euro.

Per quanto riguarda la tipologia degli interventi, l'ambito dei beni culturali in tutte le sue accezioni (valorizzazione, gestione, restauro e interventi edilizi, ecc.) risulta decisamente prevalente rispetto alle altre attività culturali e di spettacolo in genere. Le risorse sono indirizzate soprattutto alle attività di restauro e di gestione dei musei e beni culturali.

Altri soggetti privati

Le Consulte per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Storici

In Piemonte sono attive quattro Consulte per l'Arte e la Valorizzazione dei Beni Artistici e Storici¹⁰; ad esse hanno aderito, nel 2003, 55 soggetti tra fondazioni bancarie, enti pubblici, aziende e istituzioni di vario genere che annualmente si impegnano a corrispondere una quota prestabilita. Non si evidenziano sostanziali scostamenti rispetto all'anno precedente, sia per quanto concerne le quote annuali stanziolate dagli aderenti, sia per quanto riguarda la numerosità di questi ultimi. L'importo stanziato supera il milione di euro, di cui oltre il 75% erogato dalla Consulta di Torino.

⁹ Il dato comprende solo le erogazioni delle fondazioni piemontesi in Piemonte e non comprende le erogazioni delle fondazioni di altre regioni italiane.

¹⁰ La Consulta dei Beni Artistici e Culturali di Torino, la Consulta dell'Alessandrino, quella di Fossano e quella di Savigliano.

Il contributo di tali soggetti è sostanzialmente indirizzato al recupero e al restauro di beni storico-architettonici e di opere d'arte.

Le erogazioni liberali da parte delle imprese

A livello nazionale, nel 2003 le erogazioni liberali sono state 16,92 milioni di euro, aumentate rispetto al 2002 (14 milioni di euro), ma sostanzialmente pari a quelle del 2001 (16 milioni di euro).

L'importo versato dai mecenati piemontesi è di 473.867 euro: il peso del Piemonte sul totale nazionale è del 2,8% (simile a quello del 2002 e inferiore rispetto a quello del 2001).

Nella graduatoria delle erogazioni, il Piemonte si colloca nel 2003 al quinto posto. Di molto superiori sono gli importi erogati in Lombardia (8,6 milioni di euro), Lazio (3,5 milioni di euro), Veneto (2,4 milioni di euro) ed Emilia-Romagna (705.000 euro).

L'importo ricevuto dai beneficiari piemontesi è di 285.962 euro, di cui 230.330 destinati alla Fondazione Teatro Regio. In provincia di Torino l'altro destinatario è la Comunità Montana Alta Valle Susa, mentre gli altri tre beneficiari sono in provincia di Novara (Centro Internazionale di Studi Rosminiani, Comune di Borgolavezzaro e Arpitesca – Arte Pittura Teatro Storia Casalbeltrame).

2.4 L'OCCUPAZIONE CULTURALE IN PIEMONTE

Lo scenario generale

Il numero di persone occupate in Piemonte nel 2004 è aumentato di 19.000 unità, con una crescita dell'1,1% rispetto all'anno precedente; gli occupati a diverso titolo nel macrosettore "cultura" in Piemonte sono stimati in 40-44.000 unità.

Per quanto riguarda l'editoria libraria e di prodotti multimediali, nel 2003 in termini occupazionali si riscontra una sostanziale stabilità rispetto all'anno precedente, anche se nel medio termine si registra una contrazione del settore (-25% rispetto al 1997).

Per la produzione audiovisiva e cinematografica le stime del 2003 indicano una diminuzione del 19% del numero di occupati.

Per quanto riguarda l'andamento occupazionale in Italia, in base ai dati ISTAT nel 2004 il numero delle persone occupate è cresciuto dello 0,7% rispetto all'anno precedente (+167.000 unità). Il fenomeno è ascrivibile all'aumento della popolazione (+1,2% generale e +0,9% tra i 15 e i 64 anni), dovuto principalmente all'incidenza dei flussi migratori. Anche nel 2004 è diminuito il tasso di disoccupazione (era l'8,4% nel 2003 contro l'8% del 2004), calo in parte imputabile alla mancata partecipazione di persone, soprattutto donne e giovani nel Mezzogiorno, alla ricerca di occupazione.

Relativamente alla situazione occupazionale in Piemonte, va precisato che non è possibile condurre un'analisi compiuta dell'andamento delle principali grandezze in causa, in quanto le rilevazioni ISTAT delle forze di lavoro – la principale fonte in materia – hanno subito una radicale ristrutturazione che ha portato nel 2004 all'avvio di una nuova serie statistica con dati non più confrontabili ai precedenti. Per il solo anno 2004 è stato reso disponibile un quadro informativo dettagliato anche a livello provinciale, che consente al massimo raffronti fra le diverse aree territoriali ma non una disamina dell'evoluzione in corso.

Le informazioni disponibili segnalano che in Piemonte l'occupazione è aumentata di 19.000 unità rispetto al 2003 (+1,1%), il risultato migliore al Nord dopo quello di Lombardia e Trentino, con un tasso di crescita superiore a quello nazionale, pari a +0,7%. Queste variazioni vanno però inquadrate in un contesto demografico che, dopo anni di relativa stagnazione, si mostra ora dinamico: tale dato condiziona anche i risultati occupazionali perché le stime sono costruite in relazione alla popolazione residente.

L'occupazione culturale in Piemonte

Se si considerano e si confrontano i valori forniti dall'Eurostat¹¹ e dall'ISTAT¹², l'incidenza degli occupati nel settore culturale varia tra il 2,2% e il 2,4% della forza lavoro complessiva, il che consente di stimare in **40-45.000 gli occupati** a diverso titolo nel **macrosettore cultura in Piemonte**.

Le stime occupazionali realizzate negli anni dall'OCP sulle diverse filiere produttive consentono di tracciare alcune tendenze di fondo, di definire la portata di alcuni spostamenti di risorse umane e competenze tra settori. Occorre comunque ricordare che i cambiamenti nel mercato del lavoro avvenuti nell'ultimo quinquennio e l'imporsi di nuovi modelli gestionali e di *governance* in alcuni comparti (si pensi, ad esempio, alla nascita di nuovi servizi legati all'accoglienza e all'assistenza, e alla loro progressiva esternalizzazione nell'ambito dei musei

¹¹ Eurostat, *Labour Force Survey*, 2003.

¹² ISTAT, *Rilevazione forze lavoro*, 1999.

e dei beni culturali) richiedono cautela nell'interpretare gli scostamenti tra le grandezze e soprattutto impongono un "salto di scala" nell'inquadrare fenomeni quali, ad esempio, le trasformazioni produttive e distributive nelle filiere del settore editoriale e audiovisivo, che rispondono a dinamiche e sollecitazioni "globali" e internazionali e che mal si prestano ad analisi e valutazioni di livello regionale.

Rispetto ai diversi ambiti tradizionalmente definiti come culturali, l'OCP analizza solo alcuni comparti; in particolare le stime sull'occupazione riguardano i seguenti settori:

- spettacolo dal vivo (teatro, musica, danza, festival);
- editoria libraria;
- produzione audiovisiva;
- musei.

Per quanto riguarda l'occupazione nei musei piemontesi, il dato più completo e aggiornato risale al Censimento dei musei e dei beni culturali del Piemonte realizzato nel 2002.

Sono circa **1.130 le persone stabilmente occupate** che a vario titolo vengono retribuite per mansioni legate alla conservazione, al funzionamento e alla valorizzazione dei musei e delle collezioni piemontesi¹³. Per una lettura più approfondita dell'occupazione nel settore dei beni culturali e delle ricadute economiche del settore si rimanda al Rapporto 2002.

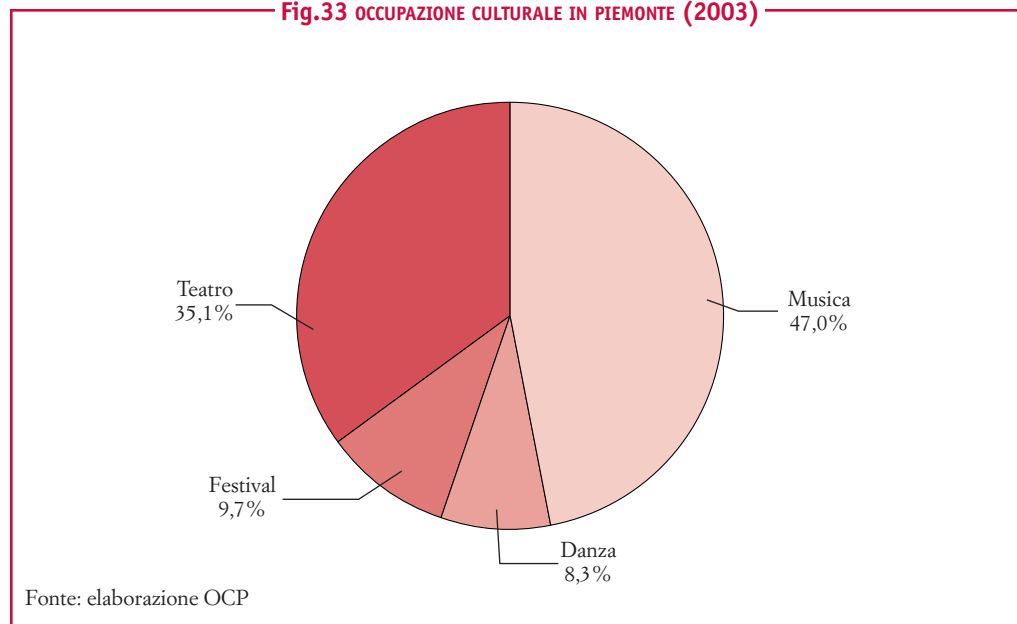
Per quanto riguarda lo spettacolo dal vivo, le analisi sui trend storici degli ultimi sette anni indicano un aumento sensibile delle forze lavoro occupate, passate da **circa 900 unità nel 1997 a 1.450 unità nel 2003**.

Relativamente ai diversi settori (musica, teatro, danza, festival) l'incidenza percentuale in termini di occupati è rappresentata nella figura 33¹⁴.

Per quanto concerne l'industria culturale, se si analizzano i dati disponibili relativi agli ultimi anni e le serie storiche dei diversi comparti emergono alcuni dati di tendenza che vale la pena esplicitare:

- Una **progressiva riduzione di forze lavoro nel settore dell'editoria**. Dal 1997 al 2003 le stime OCP indicano una **perdita in termini occupazionali di oltre il 25%** (dalle circa

Fig.33 OCCUPAZIONE CULTURALE IN PIEMONTE (2003)



¹³ Il dato non tiene conto di eventuali prestazioni professionali non aventi carattere di continuità o di forme di collaborazione occasionalmente prestate presso il bene. Presumibilmente il numero di persone coinvolte a vario titolo nelle attività e nelle funzioni tipiche museali è più elevato di quello rilevato dal Censimento.

¹⁴ È stata presa in considerazione la media degli ultimi cinque anni.

3.500 unità del 1997 alle 2.570 del 2003). L'impatto delle nuove tecnologie sui processi produttivi, il processo di esternalizzazione di alcune funzioni e competenze che fino a qualche anno fa rimanevano interne alle case editrici, i processi di fusione di grandi gruppi multinazionali sono tra le cause principali di questa progressiva riduzione e "migrazione" di forza lavoro dal settore editoriale. Relativamente al 2003 il numero di addetti del comparto si stabilizza sui valori dell'anno precedente (erano circa 2.600 nel 2002). Occorre segnalare che il **65% degli occupati proviene dalla provincia di Torino**. Significativa, inoltre, l'incidenza degli occupati nella provincia di Novara (dove ha sede il gruppo De Agostini) con il 23,5%. Nonostante la diminuzione evidenziata nell'ultimo quinquennio, l'editoria continua a rappresentare il subsettore con la maggiore incidenza percentuale in termini di numero di addetti.

- Per la **produzione audiovisiva e cinematografica** le stime del 2003 indicano un andamento in controtendenza: si registra infatti **una diminuzione complessiva del 19%** (gli addetti sono passati da 1.016 nel 2002 a 825 nel 2003). Il dato è imputabile soprattutto alla performance negativa del primo soggetto economico del settore (il cui fatturato incide per il 59% circa sull'intero comparto). Tale soggetto, a seguito di riorganizzazioni e politiche di ristrutturazione interna, ha infatti visto diminuire in maniera sensibile il proprio numero di addetti nel 2003 (-25%, ritornando quasi ai valori del 2001). Se si esclude l'azienda leader, l'andamento occupazionale nelle altre aziende fa segnare un complessivo -8% (si passa dai 366 addetti del 2002 ai 338 del 2003). Se si analizza il periodo **1997-2003** si registra però un **aumento di occupati**, passati dai circa 600 nel 1997 agli attuali 825 (+37%). Gli andamenti e le oscillazioni negli anni sembrano comunque fortemente influenzate dalle performance del primo soggetto economico del settore.

Occorre evidenziare come, allo stato attuale, l'OCP non rilevi i dati sull'occupazione nei settori della produzione radiotelevisiva, della produzione musicale-discografica, delle biblioteche, dei trattenimenti vari (discoteche, sale da ballo, ecc.).

Per quanto concerne la filiera cinematografica, è possibile fornire alcuni dati su "Produzioni e distribuzioni cinematografiche e di video" (utilizzando la classificazione ATECO-cod.92100) relativi agli avviamenti presso i Centri per l'impiego provinciali. Complessivamente sono 7.109 gli avviamenti in regione nell'arco del 2003, quasi totalmente realizzati nella provincia di Torino (95%).

Occorre infine segnalare che l'ISTAT fornisce alcuni trend storici relativi al volume di lavoro impiegato nel settore "ricreazione e cultura"¹⁵: per quanto concerne l'incidenza degli occupati di questo settore in Piemonte, le unità di lavoro¹⁶ nel 2002 rappresentano l'1,53% del totale (incidenza leggermente inferiore rispetto al dato nazionale pari all'1,60%). Se si realizza un confronto storico (tab. 14) l'incidenza del settore in Piemonte passa dall'1,16% del 1995 al 1,53% del 2002 (+32%).

¹⁵ Nell'ambito del progetto "Informazione statistica territoriale e settoriale per le politiche strutturali 2001-2008", l'ISTAT è impegnato a supportare l'attività di valutazione del Quadro Comunitario di Sostegno attraverso l'elaborazione e la diffusione di indicatori regionali per le politiche di sviluppo, tra i quali sono compresi alcuni indicatori relativi alle risorse culturali.

¹⁶ Le unità di lavoro rappresentano la trasformazione in equivalenze a tempo pieno di tutte le posizioni lavorative detenute dalle persone occupate presso unità produttive dislocate sul territorio economico oggetto di studio (nazionale, regionale, provinciale, ecc.). Sono utilizzate come unità di misura del volume di lavoro impiegato nella produzione di beni e servizi rientranti nelle stime del PIL in un determinato periodo di riferimento.

Tab.14 VOLUME DI LAVORO IMPIEGATO NEL SETTORE RICREAZIONE E CULTURA (1995-2002)

	UNITÀ DI LAVORO (UL) % SUL TOTALE							
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Piemonte	1,16	1,19	1,22	1,22	1,35	1,42	1,45	1,53
Nord-ovest	1,25	1,28	1,31	1,33	1,43	1,50	1,56	1,57
Italia	1,27	1,30	1,32	1,36	1,46	1,52	1,56	1,60

Fonte: ISTAT, *Gli indicatori sulla cultura*, www.istat.it

LA PRODUZIONE CULTURALE

3.1 LA PRODUZIONE CULTURALE E LE SUE FILIERE

Per ciò che concerne l'industria culturale e lo spettacolo dal vivo, l'OCP realizza direttamente il censimento annuale tramite questionari e schede. L'analisi delle modalità "produttive" dei diversi subsettori della cultura (l'editoria, l'audiovisivo, il teatro, la musica e i festival, le biblioteche e il volontariato culturale) è supportata, oltre che dai dati risultanti dei censimenti, da informazioni qualitative emerse in interviste con testimoni privilegiati.

I soggetti monitorati sono stati individuati utilizzando diverse fonti, dalle banche dati presenti presso Regione, enti locali, associazioni di categoria, ai siti Internet, alle pubblicazioni, ecc. È doveroso un ringraziamento a tutti i soggetti (aziende, operatori e attori culturali) che hanno compilato esaurientemente i questionari, rendendo in tal modo possibile l'implementazione della serie storica dei dati, che confluiscono in un archivio anagrafico aggiornato costantemente. I dati raccolti, una volta imputati nella banca dati dell'OCP, controllati e analizzati, hanno permesso l'elaborazione delle stime di cui si dà conto nei paragrafi successivi.

3.2 L'INDUSTRIA DEI CONTENUTI

Editoria libraria e di prodotti multimediali

Gli ultimi anni sono stati caratterizzati da profonde trasformazioni indotte dai fenomeni di globalizzazione e dall'accelerazione delle innovazioni tecnologiche nel settore della comunicazione, che non hanno mancato di far sentire i loro effetti sulla strutturazione dell'industria culturale. Pur con le debite eccezioni, e nonostante i notevoli cambiamenti subiti dal sistema nel suo complesso, il libro resiste e l'editoria libraria continua a rappresentare una parte cospicua dell'industria culturale, come suggerito da una stima AIE secondo la quale il comparto del libro rappresenterebbe oltre il 30% del complesso dell'industria dei contenuti¹.

In generale, il mercato editoriale, per le cui caratteristiche e dinamiche nello specifico si rimanda all'analisi condotta lo scorso anno², resta caratterizzato dai vincoli e dalle dinamiche tipici del settore, su cui si sono innestati fenomeni relativamente nuovi indotti dalle innovazioni tecnologiche (soprattutto nella fase di produzione) e di mercato (soprattutto in quelle di distribuzione e vendita): un mercato ristretto di lettori di libri, l'assenza di un quadro normativo a sostegno del settore, una sempre maggiore articolazione dell'offerta attraverso l'aumento dei titoli prodotti (a fronte di una progressiva riduzione delle tirature), la trasformazione dei canali di vendita tradizionali che divengono sempre più strutturati e diversificati.

Il Piemonte si colloca al secondo posto tra le regioni italiane, dopo la Lombardia, sia per numero di titoli prodotti sia per quantità di copie stampate: quasi il 10% delle copie immesse nei canali di vendita in Italia proviene dalla nostra regione. Una presenza d'eccellenza nel settore editoriale è in qualche modo una caratteristica storica del Piemonte e di Torino, sedi di grandi gruppi editoriali a livello nazionale come De Agostini, UTET, Einaudi, ma anche di un nutrito gruppo di editori di media grandezza molto presenti sul mercato nazionale della narrativa, della saggistica, della scolastica e del libro illustrato: Lattes, Loescher, Bollati Boringhieri, Piemme, White Star, solo per citarne alcuni.

Per il 2003 l'OCP ha censito 206 editori³, un numero invariato rispetto a quello rilevato nel 2002, e che fa apparire stabilizzato il tasso di natimortalità intorno al 13%: rispetto all'anno precedente si riscontra, infatti, la cessazione di circa 30 imprese (o della loro attività editoriale) a fronte della nascita di altre 30. Come riscontrato nelle precedenti edizioni della Relazione i due fattori opposti e complementari che incidono principalmente su questo fenomeno sono le basse barriere d'ingresso da una parte e la crescente difficoltà di resistere alle spinte del mercato dall'altra.

Il **fatturato** complessivo stimato per il 2003 è di circa **860 milioni di euro**, dato che segnerebbe un +8% rispetto a quanto stimato per il 2002. Tuttavia, se dalle stime si esclude il principale gruppo editoriale (e le sue controllate), che per grado di internazionalizzazione e differenziazione dell'attività non può essere considerato rappresentativo dell'andamento del comparto⁴, risulta una contrazione dello 0,1%. Analizzando il quinquennio 1999-2003, la stabilità si deve principalmente all'andamento di 35 imprese con fatturato superiore a 300.000 euro (e che da sole rappresentano oltre il 78% del fatturato totale del settore in Piemonte), che con incrementi annui variabili dal 7% al 15%, salvo un rallentamento tra 2001 e 2002, compensano le perdite subite dalle imprese di minori dimensioni.

L'andamento complessivo sostanzialmente stabile sembrerebbe in linea con quanto rilevato a livello nazionale, dove per il 2003 si stima⁵ un fatturato per il comparto editoriale di 3.621 milioni di euro, con una crescita del 2,6% a valore corrente, per cui in Piemonte nel 2003 si sarebbe prodotto oltre il 23% del fatturato nazionale⁶.

Le imprese sono concentrate per lo più nella provincia di Torino (69%), seguita da quelle di Cuneo e di Alessandria (7%), e poi, su valori inferiori al 6%, in tutte le altre. Il numero di addetti stimato è di poco più di 2.550 unità, con un decremento per il 2003 dello 0,4%, dato che conferma il perpetuarsi del processo di lungo periodo di contrazione del personale che

¹ AIE, *Lo stato dell'editoria in Italia nel panorama dell'industria dei contenuti culturali*, presentato a Roma in occasione degli Stati Generali dell'Editoria, 14 e 15 settembre 2004. (pubblicato all'indirizzo Internet: www.aie.it/Allegati/News/sgc_sintesilibrobianco+tabelle.pdf). La stima considera, oltre all'editoria libraria, la stampa periodica e quotidiana, gli annuari, l'editoria elettronica on line e off line, l'home video, l'editoria musicale, il cinema, oltre ai segmenti della formazione, delle banche dati on line e dell'e-learning.

² Per una descrizione di massima delle dinamiche di settore nel loro complesso si veda l'edizione dello scorso anno della Relazione Annuale, pp. 116-123.

³ Si ricorda che nel monitoraggio dell'OCP sono esclusi gli editori che non raggiungono i cinque titoli in catalogo o la cui produzione è limitata a pubblicazioni periodiche o multimediali. Sono inoltre esclusi istituti, enti, associazioni la cui produzione è circoscritta alla stampa di pubblicazioni finalizzate a documentare la propria attività. Se si prendono in considerazione tutti gli editori, inclusi i marchi editoriali, il numero sale a 418, numero che rappresenta oltre l'8% delle imprese italiane (fonte: AIE, *Catalogo degli editori 2004*, Milano, Editrice Bibliografica, 2003).

⁴ L'esclusione del gruppo De Agostini dalle stime appare giustificata soprattutto alla luce di come si ripartiscono i suoi ricavi consolidati per il 2003: l'area editoriale tradizionale non rappresenta che il 18% del totale, mentre il restante si deve essenzialmente ad attività estranee al settore, come quella di Giochi & Servizi e Media & Comunicazione, o estranee addirittura all'industria dei contenuti in senso lato, come l'area assicurativa (G. Peresson, *Tra internazionalizzazione e mercato nazionale*, in "Giornale della Libreria" n. 5, maggio 2005, p. 67).

⁵ AIE, *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2004*, Milano, Associazione Italiana Editori (Quaderni del "Giornale della Libreria" n. 11), 2004.

⁶ L'incidenza percentuale stimata è da considerarsi indicativa in quanto il dato nazionale e quello regionale non sono direttamente confrontabili.

l'OCP rileva da alcuni anni e che appare confermato dai *Censimenti intermedi dell'industria* condotti dall'ISTAT, il quale nel 1996 censiva 3.930 addetti contro i 3.391 registrati nel 2001 (con un decremento del 14% in cinque anni). Il dato non va tuttavia interpretato come un'effettiva contrazione di posti di lavoro, dal momento che il ricorso all'*outsourcing*, storicamente presente come e più che in altri settori produttivi, è andato accentuandosi vistosamente proprio negli ultimi anni.

Dal punto di vista dimensionale, la composizione del mercato è rimasta piuttosto stabile negli ultimi sette anni: benché in diminuzione continua ad essere numericamente rilevante la presenza di editori piccoli e piccolissimi (69%, con fatturato inferiore a 500.000 euro) a fronte di un numero relativamente nutrito di imprese di medie e grandi dimensioni (25%, con fatturato tra 500.000 e 15 milioni di euro), mentre quelle di grandissime dimensioni (6%, con fatturato superiore a 15 milioni di euro) fanno capo in realtà a tre o quattro gruppi editoriali, per i quali spesso l'editoria non è che una delle aree di business. A titolo esemplificativo dei fenomeni di concentrazione, da quando l'OCP ha iniziato i monitoraggi si è assistito all'acquisto di Einaudi da parte di Mondadori, di UTET (che nel corso degli anni novanta aveva a sua volta perfezionato le acquisizioni di aziende come Petrini, Garzanti Grandi Opere, Valmartina, ecc.) da parte di De Agostini, alla fusione di Paravia con Bruno Mondadori, all'acquisizione del 50% da parte di questo nuovo gruppo della Piemme di Alessandria. Appare evidente che a questi livelli perderebbe di senso considerare la dimensione regionale di imprese che non solo hanno spesso puntato sull'internazionalizzazione del loro mercato, ma che neppure possono più dirsi propriamente piemontesi.

Al fine di definire in modo più approfondito chi siano gli editori piemontesi l'OCP ha condotto tra il 2004 e il 2005 circa 130 interviste telefoniche ad altrettanti editori, i cui risultati possono contribuire a meglio precisare la natura delle imprese e la loro collocazione sul mercato.

Le attività degli editori

Tra gli intervistati, inclusi quelli che al proprio progetto editoriale affiancano l'editoria per conto terzi, sono il 53% gli editori "puri", quelli cioè il cui fatturato si deve esclusivamente all'attività editoriale. Quelli che forniscono uno o più servizi legati alla filiera editoriale in modo diretto (stampa, grafica, redazione, traduzioni, libreria) o indiretto (professionalità correlate come il web, la grafica e la comunicazione) sono il 28%. Il restante 19% affianca all'editoria le attività più varie, non correlate all'editoria quanto piuttosto alla possibilità che l'editoria rappresenta di completare un business legato alla comunicazione di determinati contenuti o alla commercializzazione di prodotti (tour operator, distributori di prodotti legati a tempo libero, medicina, religione, consulenza aziendale, ecc.). Il 5% è impegnato in attività formative (pochi su temi legati al mondo del libro, decisamente più frequenti quelli in cui la formazione è relativa all'area di specializzazione dell'editore), mentre residuale è l'incidenza di attività del tutto estranee al settore culturale o tematico.

Quanto riportato a proposito della composizione per aree di business degli editori (puri e non) richiede tuttavia alcune precisazioni. Va infatti ricordato che le imprese considerate sono censite in quanto unità produttive: si tratta di organizzazioni con autonomia societaria (che include le società che fanno capo a un gruppo), fatto che incide non poco sulla significatività dei loro andamenti. In altre parole, la differenziazione o meno della composizione del fatturato non ha per tutti lo stesso significato. Da un lato vi possono essere imprese (o parti di esse) che in sé non sarebbero in grado di produrre reddito (andando in perdita o in pari) ma che all'interno di un gruppo continuano a esistere in virtù del valore aggiunto, culturale o anche solo in termini di immagine, che viene loro riconosciuto (per cui una tipografia può dovere il 90% del fatturato alla stampa di volantini e continuare a sostenere un'attività editoriale in perdita). Sul versante opposto, l'esistenza di molti editori puri non è necessariamente indice di buona redditività della società: nel caso non infrequente delle imprese di piccolissime dimensioni, la sopravvivenza è determinata dall'impegno dei titolari che conducono

un'attività professionale parallela e del tutto indipendente dalla casa editrice, che di fatto permette di continuare un'attività di per sé economicamente non sostenibile.

È interessante notare che le dimensioni delle imprese sono piuttosto varie in ciascuna area di attività, a dimostrazione di come la differenziazione riguardi, nei limiti delle possibilità di investimenti di ciascuno, l'intero settore. La discriminante dal punto di vista dimensionale sembra indicare che, mentre le grandi imprese passano generalmente dall'editoria pura alla differenziazione, le piccole, più spesso, sono nate come attività miste, o sono arrivate all'editoria a partire da un'altra attività (è frequente il caso di tipografie o librerie che, dopo aver maturato esperienza nella produzione e vendita di libri per terzi, decidano di intraprendere un progetto editoriale proprio).

Le strategie

Tradizionalmente, il rafforzamento competitivo in ambito editoriale si attua attraverso l'ampliamento del catalogo e il rafforzamento del marchio. Oggi il mercato appare più complesso e, pur senza abbandonare le tradizionali strategie che includono la sperimentazione e il rafforzamento su segmenti strategici di mercato (notevole in Piemonte è quello scolastico e per l'infanzia, con Piemme, Loescher e Paravia Bruno Mondadori su tutte), le imprese piemontesi possono considerarsi rappresentative di tendenze più recenti che certo travalicano i confini regionali.

Le imprese di maggiori dimensioni – come accennato non più solamente case editrici, né più esclusivamente piemontesi – illustrano con chiarezza le tendenze dei grandi gruppi editoriali cui di fatto si deve la maggior parte del reddito prodotto dal comparto in Italia e in Piemonte: concentrazione e ristrutturazione, diversificazione di prodotti e servizi, esplorazione e sviluppo di nuovi canali di vendita, rafforzamento competitivo attraverso politiche di acquisizione di marchi editoriali.

Accanto a queste grandissime imprese (ma a volte anche all'interno delle stesse⁷), vi sono poi le imprese di medie e grandi dimensioni, le quali articolano le loro strategie nell'ambito non tanto o non solo editoriale, ma piuttosto in quello più allargato dei contenuti: sfruttamento dei diritti (su immagini o testi), banche dati giuridiche e mediche, formazione su temi correlati al patrimonio di contenuti su cui i singoli editori sono specializzati o comunque ben radicati dal punto di vista del mercato: è il caso di Rosenberg & Sellier, White Star, Einaudi, Centro Scientifico Editore, UTET, per citarne alcuni.

Sempre sulle medie dimensioni, un ulteriore ambito in cui si sviluppano le strategie degli editori è quello relativo all'internazionalizzazione: accordi con case editrici straniere o con importanti organizzazioni di settore (come nel caso di White Star con la prestigiosa National Geographic Society, dell'EDT con Lonely Planet) consentono di stringere alleanze con produttori di contenuti affini senza generare competizione sugli stessi mercati e permettendo al contempo di ridurre i costi di produzione (dalla gestione dei diritti alla stampa).

La specializzazione appare la principale direttrice strategica anche nelle piccole imprese. Se si analizzano gli andamenti delle imprese di minori dimensioni (con fatturato inferiore ai 500.000 euro), appare piuttosto evidente che la sopravvivenza in un mercato altamente competitivo e necessariamente ristretto si deve alla capacità sviluppata da alcuni di radicarsi nella propria nicchia di mercato: sono qui determinanti l'estensione e la densità delle relazioni intrattenute con l'esterno, non tanto tra editori (la collaborazione è piuttosto rara, e difficilmente va oltre il piano promozionale) quanto soprattutto con i mercati di riferimento: associazioni di categoria rispetto alle quali ci si pone come editori "di servizio", magari attraverso la pubblicazione di periodici, istituzioni di prestigio (non di rado università), enti territoriali e comunità di utenti in qualche modo organizzate. Porsi come "specialista" di un settore (come la montagna, la medicina, la gastronomia o lo stesso territorio) significa oggi pubblicare libri e riviste, utilizzare il proprio sito Internet come un portale, magari anche per la vendita di accessori, organizzare incontri e convegni, progettare ed erogare formazione sui temi al centro dei propri interessi.

⁷ È il caso ad esempio di Einaudi o UTET, che figurano come società autonome, ma che di fatto si posizionano sul mercato in quanto controllate in parte o in tutto da un gruppo (rispettivamente Mondadori e De Agostini). Questo significa che le loro strategie di mercato sono inserite in un contesto imprenditoriale che trascende quello individuale e che risponde a logiche di gruppo. A titolo esemplificativo, nel gennaio 2005 il gruppo De Agostini, dopo aver unificato il settore professionale di De Agostini con quello di UTET, ha ceduto l'intero comparto legale e fiscale alla multinazionale Wolters Kluwer, decidendo di concentrare le attività su settori di tradizionale vocazione della De Agostini (collezionabile e grandi opere) ma non di UTET, la cui identità era fortemente legata al settore professionale.

I settori

Le imprese censite sono impegnate nei segmenti più vari: oltre alla presenza storica nel settore della scolastica (28% dei titoli prodotti in Italia nel 2003), di notevole rilievo sono la letteratura per l'infanzia (passata dal 6% del 1980 a quasi il 20% dei titoli nel 2003) e la varia (narrativa, saggistica, manuali, arte e illustrati, ecc.)⁸. Tra tutte, spiccano per numerosità le editrici, piccole e medie, che trattano più o meno approfonditamente temi legati al territorio (oltre il 20%) dai punti di vista più vari – storico, linguistico, ambientale, delle tradizioni e della cucina – e le editrici di tema religioso (circa il 15%).

Il mercato di riferimento

Solo il 18% delle imprese ha un mercato prevalentemente regionale (a volte esteso alle regioni del Nord Italia), mentre il 77% si rivolge al mercato nazionale e il restante 22% ha un mercato almeno in parte internazionale. Ancora una volta, le dimensioni dell'azienda non sembrano rappresentare un fattore discriminante. Al di là dei rapporti di compravendita di diritti, che riguarda la maggior parte degli editori non esclusivamente specializzati sul territorio (e che sovente acquistano dall'estero più di quanto non vendano⁹), il mercato internazionale riguarda, infatti, sia grandi imprese (che sarebbe forse più proprio definire multinazionali), sia quelle medie (su settori di produzione più facilmente esportabili come il libro illustrato o per l'infanzia), sia piccole case editrici altamente specializzate in settori di nicchia non di rado legati alla saggistica: spesso poco note in Italia, collaborano con università, istituti e enti di ricerca stranieri e contano su una comunità di utenti esigua ma estremamente radicata.

I supporti adottati

Il 29% delle aziende affianca alla realizzazione di libri alcuni prodotti su supporto digitale (off line), per la maggior parte CD-ROM e in pochi casi DVD, allegati ai libri o alle riviste, o ancora realizzati per affiancare l'attività formativa. Il dato è presumibilmente in aumento almeno per quella parte residuale che ancora allega prodotti audiovisivi su supporti magnetici (VHS) e che con ogni probabilità passerà a breve al digitale (2%). Solo l'8% edita contenuti su supporto digitale on line: si tratta di periodici pubblicati anche o esclusivamente in rete, di siti Internet o aree di essi che si propongono come luoghi per la creazione di una comunità virtuale o comunque come riferimento per reperire notizie e approfondimenti, oppure di estensioni on line di opere cartacee con diversi gradi di interattività o ancora formazione a distanza. Le editrici che hanno esteso la propria attività editoriale alla rete sono, come prevedibile, imprese di grandi e medie dimensioni, in grado di affrontare i costi non solo dell'implementazione ma anche e soprattutto dell'aggiornamento e mantenimento di un servizio soggetto a rapido invecchiamento e che può contare su un mercato di lettori sufficientemente ampio e stabile.

Uno sguardo alle zone d'ombra

Come accennato, una stima proposta dall'AIE considera che l'editoria libraria rappresenti poco meno di un terzo del comparto dei contenuti (esclusa la televisione). Nell'impossibilità di monitorare un'area così vasta, la cui stessa definizione sarebbe arbitraria, può essere interessante considerare le aree di produzione che presentano margini di sovrapposizione più o meno ampi con i soggetti (gli editori di libri) che tradizionalmente si sono occupati di produrre, elaborare e diffondere contenuti. Sembrerebbe evidente che un'industria vecchia di cinque secoli, nata e strutturata attorno all'oggetto libro, ossia al supporto cui tradizionalmente si attribuiva la funzione di veicolare conoscenza, sia oggi un referente immediato per chi si affaccia all'industria dei contenuti. Tali soggetti possiedono le competenze tecniche e redazionali, ma anche e soprattutto un patrimonio di conoscenze che è tanto più competitivo quanto più approfondito e raro: in una parola, specializzato.

Da una prima ricognizione sembra, tuttavia, che la sovrapposizione sia molto più forte in settori in qualche modo tradizionali, legati alla carta stampata¹⁰, che al settore ICT e dell'audio-

⁸ G. Peresson, *Tra internazionalizzazione e mercato nazionale*, in "Giornale della Libreria" n. 5, maggio 2005, p. 67. Si veda, in particolare, l'analisi dei trend positivi delle incidenze percentuali di ciascun segmento a copie e a titoli.

⁹ Si veda in proposito il capitolo a cura di P. Attanasio, "Internazionalizzazione", in AIE, *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2004*, Milano, Associazione Italiana Editori (Quaderni del "Giornale della Libreria" n. 11), 2004, p. 71 e sgg.

¹⁰ Un esempio tipico di sovrapposizione di attività, in forza della specializzazione dei contenuti, che si consuma in questa zona d'ombra è quello dell'editoria periodica specializzata, per la quale si rimanda al box di approfondimento riportato a pagina 70: il 60% degli oltre 100 editori di periodici specializzati che operano in Piemonte dichiara di editare anche libri.

visivo. Da un'analisi delle relazioni che gli editori intrattengono con altri soggetti, emerge con chiarezza come i rapporti in qualche modo strutturati si giochino soprattutto nel campo dei contenuti: sia a monte della produzione (istituti, enti di ricerca, università, editori di contenuti affini), sia a valle del mercato (comunità di utenti, professionali e non). Ancora molto rari sono i rapporti con realtà produttive che operano in mercati tradizionalmente distinti, come il cinema o l'e-content. Nel settore cinematografico si ha traccia di tali sovrapposizioni a livello nazionale (editori che intraprendono un'attività di produzione audiovisiva o viceversa, come Minimum Fax o Fandango), mentre in Piemonte i soli esempi di sovrapposizione in tal senso vengono ancora una volta da un gruppo che sarebbe ormai improprio definire piemontese: De Agostini con DeA Planeta spa e Mikado Film spa (che offrono prodotti cinematografici e televisivi rispettivamente sul mercato spagnolo e su quello italiano). I rapporti tra due filiere consolidate e distinte come quella editoriale e cinematografica sembrano per ora restare confinati al delicato tema della compravendita di diritti.

Un punto di incontro per le industrie tradizionali sembra però in prospettiva trovare spazio nel mercato dell'e-content. Questo mercato nasce dall'evoluzione dell'industria tradizionale dei contenuti, determinata dalla crescente diffusione delle nuove infrastrutture e tecnologie d'accesso ai contenuti stessi¹¹. Si tratta di una realtà composita, i cui attori principali provengono sia dall'industria tradizionale dei contenuti (editori di libri e quotidiani, broadcaster televisivi, case cinematografiche e discografiche), sia da quella dell'ICT (gestori di portali web, servizi di telecomunicazioni, software house, ecc.). Se consideriamo l'ampiezza dei contenuti fruibili attraverso i nuovi media tecnologici (dall'*entertainment* all'*infotainment* all'*education*, cui si accede con strumenti che vanno dal cellulare al PC) appare evidente che sovrapposizioni significative tra gli editori tradizionali e questo nuovo mercato hanno possibilità di svilupparsi soprattutto nell'ambito dell'*education* (che rappresenta solo il 4% del mercato dell'e-content)¹², in particolare nell'e-learning per gli editori di libri che operano nella scolastica, e in parte nell'*infotainment* per gli editori di quotidiani. In Piemonte, dove il settore della scolastica e quello dell'editoria professionale sono come si è visto piuttosto forti, si riscontrano alcuni casi di apertura a questo nuovo mercato: i tre principali editori che operano in regione nel settore della medicina hanno recentemente intrapreso la strada della progettazione e fornitura di formazione a distanza, e rientrano nel gruppo di lavoro ECM¹³ dell'AIE che partecipa alla sperimentazione preliminare per l'accreditamento come provider di FAD, promossa dal Ministero della Salute. La ragione dello sviluppo nel settore professionale più che in quello della scolastica può forse essere ricercata nei fattori su cui si giocherà la possibilità di crescita del comparto dell'*education*¹⁴: dalla mancanza di un quadro normativo che definisca la spinosa questione dei diritti d'autore per i contenuti multimediali alla bassa alfabetizzazione tecnologica dei docenti, al ritardo della penetrazione delle infrastrutture tecnologiche, alla bassa propensione degli editori a investire in ricerca e sviluppo senza la ragionevole certezza di adeguati guadagni.

¹¹ Per la definizione del mercato dell'e-content la fonte è: Federcomin, *e-Content 2005*, Roma, Federcomin, 2005. La sintesi del rapporto è pubblicata all'indirizzo Internet: www.federcomin.it.

¹² Elaborazione OCP su dati Federcomin.

¹³ Programmi di Educazione Continua in Medicina (ECM).

¹⁴ Si veda in particolare il paragrafo "I fattori di freno nel mercato dell'*education*", in Federcomin, cit., p. 12.

¹⁵ Vittorio Falletti, *L'editoria specializzata in Piemonte: prima indagine esplorativa*, Torino, IRES Piemonte, 2005 (draft report).

Editoria periodica specializzata in Piemonte: sintesi di una prima indagine esplorativa

Tra aprile e maggio 2005 l'IRES Piemonte¹⁵ ha condotto un'indagine, promossa dall'ANES (Associazione Nazionale dell'Editoria Specializzata) e realizzata con il contributo della Regione Piemonte, con l'obiettivo di fornire un quadro del settore a livello regionale. L'indagine, condotta attraverso l'invio di questionari e la somministrazione di alcune interviste di profondità, può fornire indicazioni utili a una prima definizione del settore attraverso la descrizione delle principali caratteristiche del panorama della stampa specializzata piemontese e delle sue dinamiche evolutive. Sono state individuate 112 imprese, significativamente concentrate nelle province di Torino (62,5%), e di Cuneo (11,7%). I

dati raccolti grazie al questionario, sebbene parziali (il tasso di risposta è di poco inferiore al 30%), consentono di delineare un panorama fortemente variegato sia per quanto riguarda le specificità d'impresa, sia per quanto attiene alla particolare area di specializzazione, al prodotto editoriale e al suo destinatario finale. Dal punto di vista dimensionale, poco meno di un terzo degli editori (32%) dichiara un fatturato inferiore ai 100.000 euro, un altro terzo (36%) dichiara tra i 100.000 e i 500.000 euro, mentre i restanti dichiarano fatturati superiori: da 500.000 a 1 milione (10%), da 1 a 5 milioni (14%), da 5 a 10 milioni (5%). Il numero di addetti tra dipendenti e collaboratori varia notevolmente anche nell'ambito degli stessi range di fatturato (da 1 a 4 nelle imprese più piccole, da 2 a 12 in quelle medie e da 9 a 40 nelle grandi). Oltre alle aree tipiche di specializzazione – tecnica, scientifica, produttiva e business to business – figurano le aree tematiche più varie: dal collezionismo filatelico alla medicina, dall'informatica all'ippica, all'enogastronomia, telefonia, ambiente, cultura locale e del territorio, ecc. Oltre il 60% degli intervistati dichiara che l'attività editoriale riguarda anche la produzione di libri, che per il 10% degli editori rappresenta l'attività prevalente in termini di incidenza sul fatturato. Le riviste prodotte sono sia messe in vendita (70% dei casi), quasi sempre anche in abbonamento e tramite invio postale, vendita in edicola o consegna diretta, oppure distribuite in omaggio; la loro diffusione è per lo più nazionale (65%), mentre più ridotto appare il mercato internazionale (19,2%) e locale (15,4%). Si tratta prevalentemente di mensili (oltre il 50%), la cui tiratura è superiore alle 10.000 copie (47%) e comunque nella quasi totalità dei casi superiore alle 1.000 copie. Infine, per quanto riguarda il rapporto con la rete, il 55% delle editrici dispone di un sito Internet contenente la versione on line, generalmente in forma sintetica, della propria testata e/o informazioni, approfondimenti e notizie attinenti il settore di attività. La maggior parte (80%) delle editrici che non dispongono di versione telematica sono di piccole dimensioni (fatturato annuo inferiore ai 500.000 euro). Nonostante le difficoltà denunciate da diverse editrici, in primis l'aumento delle tariffe postali, il clima di opinione registrato tra le imprese piemontesi è in misura prevalente positivo. Più favorevoli le aspettative delle case editrici che godono di un forte posizionamento (locale, nazionale, internazionale) e/o che sono maggiormente orientate all'utilizzo delle potenzialità offerte dal web, visto quale importante strumento di rafforzamento del cartaceo, ovvero – come confermato dagli studi di caso – quale rilevante fonte diretta di business.

La produzione audiovisiva

Per il 2003 il censimento dell'OCP ha interessato 57 aziende attive nella produzione audiovisiva e cinematografica, di cui 55 sono risultate ancora operanti nel settore. Rispetto all'anno precedente il numero di aziende monitorate¹⁶ si è ulteriormente assottigliato e non sono state individuate nuove società operanti a livello professionale secondo i parametri definiti finora adottati. A questa situazione di sostanziale stabilità in un settore tradizionale come quello audiovisivo si contrappone un forte dinamismo nell'ambito della multimedialità, della grafica e della comunicazione. L'ibridazione tra analogico e digitale nei sistemi di produzione sta progressivamente influenzando anche quelle società più tradizionali che per rimanere competitive sul mercato ampliano la gamma di servizi offerti, dall'ideazione al prodotto finale. Al di fuori di un gruppo consolidato di aziende che occupano significative posizioni di mercato a livello nazionale e internazionale con prodotti specifici (*soap opera*, animazione, film per il cinema, ecc.), l'universo dell'audiovisivo è composto da medio-piccole realtà che, attraverso le potenzialità delle nuove tecnologie, sviluppano progetti e soluzioni a supporto della comunicazione, in particolare per il tessuto industriale locale.

¹⁶ Si ricorda che dal 1998 l'OCP monitora solo le aziende la cui attività principale è la produzione audiovisiva e cinematografica.

Le aziende monitorate sono quasi esclusivamente concentrate nel capoluogo torinese e nella sua provincia, mentre si contano pochi soggetti nelle altre province.

Il **fatturato** complessivo stimato per il 2003 è di **186 milioni di euro**, circa l'1% in meno rispetto all'anno precedente. Come ogni anno le vicende dell'azienda leader¹⁷ influenzano l'intero settore incidendo per circa il 59% sugli andamenti complessivi del fatturato a livello regionale. Se si esaminano i bilanci per classi dimensionali emerge un quadro estremamente articolato: le 11 aziende con un fatturato superiore al milione di euro registrano una diminuzione del 12% rispetto al 2002, come pure il secondo gruppo di sei aziende con fatturati compresi tra i 500.000 e i 900.000 euro, che complessivamente calano del 16%. Contrariamente all'anno precedente, gli altri due gruppi numericamente più consistenti, ma con risorse economiche estremamente ridotte segnano una ripresa. Sono dunque le aziende di grandi dimensioni a registrare i cali più significativi rispetto all'anno precedente, pur mantenendo un livello positivo rispetto al 2001.

Per quanto riguarda gli **addetti**, il cattivo andamento del mercato dei media e le difficoltà del settore pubblicitario i cui effetti si erano registrati già nei fatturati del 2002 hanno avuto notevoli ripercussioni sulle risorse umane impiegate: sono state stimate circa **825** unità nel 2003, il 19% in meno rispetto all'anno precedente e il 15% in meno rispetto al 2001. Anche in questo caso il processo di ristrutturazione dell'azienda leader, resosi necessario in seguito alla crisi del 2002, condiziona il dato complessivo; tuttavia, una riduzione del numero di addetti si registra per circa la metà dei soggetti monitorati.

Il **primo gruppo** (imprese di grandi dimensioni) ha una dimensione economica totale di 67 milioni di euro (pari al 36% del fatturato totale) e circa 185 addetti (pari al 22% del totale delle risorse umane). Rispetto all'anno precedente gli andamenti dei singoli bilanci variano sensibilmente da incrementi del 171% a flessioni del 63%, mentre le oscillazioni degli addetti variano a seconda dei casi tra -33% e +49%. Il forte dinamismo delle aziende, che come un mantice dilatano o riducono la loro dimensione, è la caratteristica delle imprese operanti su commissione nel settore audiovisivo: nel caso di un'azienda il cui fatturato passa da 2 milioni di euro del 2002 a 6 dell'anno successivo si può dedurre che è in piena lavorazione un progetto di una certa rilevanza; al contrario, da una contrazione del bilancio da 9 a 3 milioni di euro tra il 2002 e il 2003 risulta evidente la conclusione delle lavorazioni e la consegna del prodotto finale.

Per quanto riguarda gli addetti, il saldo di gruppo nel 2003 è in pareggio rispetto all'anno precedente, con variazioni pur rilevanti a seconda del singolo soggetto, ma non altrettanto forti quanto quelle rilevate nei bilanci. L'organico aziendale è composto infatti da un nucleo stabile a cui si affiancano collaboratori, professionisti e tecnici chiamati all'occorrenza.

La dimensione economica delle sei aziende del **secondo gruppo** rappresenta il 2,4% del totale, pari a 4,5 milioni di euro, mentre le risorse umane sono il 4,4%. Sono medie società impegnate nel settore della comunicazione, dell'advertisement, dei servizi alle imprese e sono dunque quelle maggiormente penalizzate dalla crisi del 2002. I bilanci aziendali nel 2003 registrano infatti segni negativi non solo rispetto all'anno precedente (-16%), ma anche rispetto al 2001 (-19%). Il numero di addetti è anch'esso in diminuzione dal 2001 attestandosi a 46 unità nel 2003, il 14% in meno rispetto al 2002.

Il **terzo gruppo** è quello numericamente più consistente, con 19 aziende¹⁸ monitorate con bilanci compresi tra i 500.000 e i 50.000 euro. Nell'insieme rappresentano il 2% del fatturato totale (4,3 milioni di euro) e il 9% degli addetti (77). Sono aziende di piccole dimensioni la cui attività spazia dalla realizzazione di documentari al web design, alla grafica. Per quanto alcune aziende evidenzino nel 2003 una ripresa rispetto all'anno precedente con il relativo incremento del fatturato di gruppo (+18%), la dimensione economica complessiva rimane inferiore al 2001 del 12%.

Il **quarto** e ultimo gruppo è composto da 18 aziende di piccolissime dimensioni – ditte individuali e società a responsabilità limitata a conduzione familiare – con bilanci al di sotto dei 50.000 euro e con una media di 2 addetti. Rappresentano una quota residuale dell'intero fatturato regionale (poco più di 700.000 euro) e il loro mercato di riferimento è essenzialmente locale.

¹⁷ Il gruppo Euphon ha incrementato il fatturato da 103 milioni di euro nel 2002 a 110 milioni di euro nel 2003, per una crescita del 7%.

¹⁸ Nel 2003 sono state incluse tre aziende che risultavano inattive nel 2002.

3.3 LO SPETTACOLO DAL VIVO

Il teatro

Nel complesso la produzione teatrale in regione nel 2003 ha dato segnali positivi: la dimensione economica complessiva del settore è infatti stimabile in oltre 31 milioni di euro, circa il 13% in più rispetto al 2002. Se si esclude il Teatro Stabile, realtà che da sola rappresenta circa il 47% della dimensione economica dell'intero comparto, il numero degli addetti è di oltre 1.400 unità (contro i 918 dell'anno precedente), le cui giornate lavorative ammontano a oltre 63.000 (il 4% in più rispetto al 2002) pari a 318 *full time equivalent*, in leggero aumento rispetto all'anno precedente (306). Si deve tuttavia sottolineare come spesso nel computo delle giornate lavorative confluisca il lavoro di *free lance* o di giovani ensemble di artisti, i quali si appoggiano a soggetti dotati di una struttura amministrativa e organizzativa per occasionali rappresentazioni. A questi vanno aggiunti gli addetti con contratti a tempo determinato o artisti assunti per pochi giorni, oppure personale impiegato nella realizzazione di attività didattiche o laboratoriali che si sviluppano in parallelo rispetto all'attività di allestimento degli spettacoli. Nonostante la leggera flessione nel numero delle giornate recitative, le affluenze aumentano del 6% e raggiungono quasi le 770.000 unità, grazie in particolare agli spettacoli in tournée in regione e all'incremento nel numero di compagnie ospitate (860 nel 2003 a fronte delle 485 nel 2002).

Al fine di analizzare dinamiche e sviluppi del settore teatrale in Piemonte, si è attuata una distinzione delle realtà attive in regione in base a parametri di occupazione, attività e dimensione economica, distinguendo, oltre al Teatro Stabile, tre gruppi: il primo comprende sette compagnie di grandi dimensioni, con un volume complessivo di entrate superiore al milione di euro e una media di circa 50 addetti a struttura, tra personale stabile e temporaneo, che realizzano un totale di 175 *full time equivalent*; il secondo è costituito da 18 compagnie di medie dimensioni, con un volume complessivo di circa 5 milioni di euro, una media di una quarantina di addetti a struttura, impiegati per un totale di circa 100 *full time equivalent*; infine, il terzo gruppo comprende 15 formazioni semiprofessionali con una dimensione economica complessiva di circa 1,3 milioni di euro, che si avvalgono della collaborazione di circa 200 addetti, impiegati in prevalenza per periodi di tempo limitati, per un totale di 33 *full time equivalent*.

Il Teatro Stabile è analizzato separatamente rispetto agli altri soggetti non solo per le sue dimensioni in termini economici e occupazionali, ma anche perché i dati fanno riferimento ancora alla stagione teatrale, a cavallo di due anni, e non all'anno solare, come avviene per i bilanci delle altre realtà attive in regione.

I dati a disposizione per il Teatro Stabile evidenziano dalla stagione 2000-2001 alla stagione 2002-2003 una crescita della dimensione produttiva diretta, che ha comportato un incremento degli incassi (20%), degli abbonamenti venduti (27%), delle presenze (32%) e del numero di recite (42%). Il Teatro Stabile ha mostrato una capacità di fidelizzazione forte nei confronti del proprio pubblico, resa evidente dalla costante crescita nel numero degli abbonamenti.

Tab.15 GIORNATE DELLE COMPAGNIE DI TEATRO IN PIEMONTE

	2002	2003
Giornate lavorative	61.144	63.639
Giornate recitative	3.658	3.293
<i>Full time equivalent</i>	306	318

Fonte: elaborazione OCP su dati censimento

Dall'analisi dell'attività economica complessiva delle ultime tre stagioni dello Stabile (da quella 2001-2002 a quella 2003-2004) traspare una situazione di sostanziale stabilità. Le entrate dell'ultimo triennio presentano notevoli scostamenti fra le differenti voci: a fronte di un'incidenza percentuale di contributi pressoché stabile (si attesta intorno al 58%), vi è una notevole contrazione dei ricavi lordi di attività (-29%), integrati, a partire dalla stagione 2003-2004, dai contributi sulle produzioni e da quelli per la ristrutturazione del Teatro Astra. Per quanto attiene le uscite, nella stagione 2003-2004 le spese per il personale dipendente incidono per il 13% e i costi relativi alle produzioni per il 16%. L'incidenza percentuale delle spese per le attività di ospitalità appare più ridotta, ma occupa comunque un ruolo sempre più strategico, come si evince dal fatto che i fondi a queste destinati aumentano del 50% nel corso di un triennio. Crescono, infine, i costi legati alla gestione dei teatri del capoluogo.

L'analisi delle attività realizzate dalle altre compagnie teatrali attive in Piemonte permette di individuare linee di tendenza riguardo la capacità produttiva dei singoli gruppi, il loro inserimento nel sistema produttivo dello spettacolo dal vivo e alcune caratteristiche economiche che permettono di differenziarle e connotarle.

Appare necessario tenere conto di alcuni *turn over* fra le compagnie appartenenti ai diversi gruppi individuati; rispetto al 2002 fra le compagnie di grandi dimensioni, che costituiscono il **primo gruppo**, si segnala l'ingresso di una nuova realtà: nel 2003 vi sono pertanto sette formazioni artistiche con una dimensione economica complessiva di 10,3 milioni di euro circa.

Le compagnie di grandi dimensioni hanno un sistema produttivo basato non solo sulla realizzazione e circuitazione di nuovi lavori, ma anche in buona parte sulla possibilità di sfruttare gli spettacoli realizzati nelle stagioni precedenti, secondo una logica che consente loro di reinvestire parte degli utili ricavati dalle riprese per la realizzazione di nuovi lavori: nel 2003 si realizzano 1.520 repliche per 104 spettacoli di produzione. Il numero delle presenze è di oltre 500.000 unità e rispetto al 2002 aumenta del 18%: a fronte di una seppur lieve riduzione del numero di spettatori per gli spettacoli prodotti (210.803, -2%), aumenta quello per gli spettacoli ospitati (289.871, +38%), in ragione anche della presenza di un maggior numero di compagnie (che dal 2002 al 2003 passano da 213 a 563).

Oltre il 60% delle entrate è determinato dai ricavi di attività e il restante dai contributi. Fra le entrate da attività, il 43% deriva dagli introiti degli spettacoli ospitati, il 17% dai cachet e il 14% dagli incassi dei propri spettacoli. Per quanto concerne le uscite, oltre il 52% è determinato dalle spese artistiche e il 47% da quelle di gestione. Relativamente alle prime, il 43% è costituito dalle spese di ospitalità, mentre solo il 15% deriva dagli allestimenti dei propri spettacoli; fra le spese di gestione oltre il 60% è determinato da quelle di personale.

Per quanto attiene le risorse umane, nel 2003 si computano 381 addetti tra personale stabile e temporaneo (+12% rispetto al 2002), per un totale di quasi 35.000 giornate lavorate e oltre 1.500 recitate.

Il **secondo gruppo** è costituito da 18 formazioni di medie dimensioni (4 in meno rispetto all'anno precedente), che nel 2003 realizzano 1.717 repliche per 162 spettacoli di propria produzione, ai quali si debbono aggiungere quelli realizzati dalle 220 compagnie ospiti. Rispetto al 2002, nonostante un lieve incremento nel numero delle repliche (+5%), si registra un calo di presenze, che scendono da circa 243.000 nel 2002 a poco più di 200.000 nel 2003 (in particolare, si ha una contrazione del 18% degli spettatori presenti agli spettacoli prodotti direttamente dalle compagnie).

La fotografia sull'ultimo anno pone in evidenza come il comparto teatrale sia attraversato da tensioni differenti e spesso antitetico. Analizzando i dati relativi alle risorse umane per le compagnie di medie dimensioni si evidenzia un incremento considerevole degli addetti, che nel 2003 raggiunge il tetto di 800 unità (rispetto alle 400 del 2002). In particolare, si ha un incremento considerevole del personale artistico temporaneo, che raggiunge le 650 unità, presumibilmente impiegato per tempi limitati, o per la realizzazione di singoli spettacoli: spesso gli artisti si avvalgono del supporto di strutture avviate per potere realizzare i propri

progetti. A fronte di tale incremento nel personale, le giornate lavorate si attestano sempre intorno alle 22.000, mentre quelle recitative sono circa 1.200.

Relativamente alle entrate, i contributi rappresentano oltre il 46% del totale. Gli incassi dei compensi da cachet costituiscono la fonte maggiore di entrate da attività (48%), seguiti da quelli derivanti dai propri spettacoli (12%) e infine da quelli determinati dall'ospitalità di altre compagnie (3,5% a fronte del 43,6% per le compagnie di grandi dimensioni). La tipologia di contratto a cachet si configura come quella ottimale e diffusa a livello nazionale per compagnie di piccole e medie dimensioni. La scarsa incidenza degli incassi derivati dalle ospitalità è da porre in relazione al fatto che raramente compagnie di medie dimensioni sono in possesso di una propria sala in cui ospitare altre compagnie.

Per quanto attiene le uscite, le spese di gestione gravano per quasi il 58% del totale; il fatto che le spese artistiche siano contenute rispetto a quelle gestionali evidenzia come il focus delle compagnie di medie dimensioni sia ancora finalizzato alla sopravvivenza in termini di economicità, il che può comportare in alcuni casi una sottostima delle potenzialità della componente artistica o una sua necessaria subordinazione in termini economici rispetto alla dimensione gestionale. Fra le spese artistiche assumono un ruolo rilevante quelle di allestimento (28%), mentre quelle di ospitalità hanno un peso contenuto (11%).

Il **terzo gruppo** è formato da 15 compagnie di piccole dimensioni, il cui volume delle entrate passa da circa 1 milione di euro nel 2002 a circa 1,3 milioni di euro nel 2003, con un totale di 569 repliche per circa 100 spettacoli di produzione.

Il pubblico rilevato nel 2003 ammonta a quasi 60.000 unità (+3% rispetto al 2002). Rispetto al 2002 aumentano sia il personale, soprattutto quello temporaneo, che nel complesso raggiunge i 209 addetti, sia le giornate lavorative (da 5.855 nel 2002 a 6.619 nel 2003) e recitative (da 495 a 569). Significativa si presenta la diminuzione del personale artistico stabile a fronte di un incremento di quello temporaneo e di un arricchimento di quello tecnico e amministrativo.

Il 53% delle entrate complessive è costituito da finanziamenti pubblici; fra le entrate derivanti dalla propria attività, vitali sono gli incassi da cachet, che consentono di fare circuitare con facilità gli spettacoli. Come avviene per le compagnie appartenenti al secondo gruppo, le spese di gestione costituiscono il 57% del totale delle uscite, mentre le spese artistiche il 43%. Fra le spese artistiche e produttive quasi il 23% è determinato dai costi di allestimento; per quanto attiene le spese per il personale, circa il 48% riguarda gli addetti temporanei, utilizzati in modo preponderante.

Ai soggetti sopra individuati si debbono aggiungere le compagnie amatoriali e le formazioni più giovani o in fase di affermazione artistica ed economica. Si tratta, in taluni casi, di compagnie i cui attori operano prevalentemente in regime di volontariato, oppure di compagnie emergenti, alla ricerca di un proprio status artistico, economico e sociale. Spesso sono formazioni radicate all'interno dei piccoli circuiti cittadini di cui ampliano e sostanziano l'offerta.

La musica

Le attività musicali monitorate in regione dall'Osservatorio nel 2003 evidenziano una certa dinamicità. Più che negli anni precedenti si stanno moltiplicando le iniziative tra stagioni, rassegne, festival, concerti occasionali e incontri musicali soprattutto al di fuori del capoluogo torinese e in particolare nei comuni di provincia. Sempre più le esigenze di promozione e valorizzazione del territorio trovano un supporto nelle iniziative che vengono organizzate dalle associazioni musicali e al contempo le istituzioni musicali trovano nuove opportunità e nuovi spazi per le proprie proposte.

Per il 2003 si può stimare in 50 milioni di euro la dimensione economica complessiva delle istituzioni musicali in Piemonte, di cui l'80% è rappresentato dal bilancio del Teatro Regio. Per quanto riguarda l'offerta sono state rilevate oltre 2.000 manifestazioni per un totale di più di 520.000 presenze¹⁹.

¹⁹ Il Teatro Regio rappresenta il 71% delle manifestazioni e il 52% delle presenze.

Nel panorama della produzione musicale, la Fondazione Teatro Regio rappresenta per il Piemonte la struttura più prestigiosa e importante sia per l'alto profilo dell'offerta, sia per dimensione economica, numero di addetti e attività. Nel 2003 il bilancio della Fondazione lirica è pari a 40 milioni di euro, in aumento del 22% rispetto all'anno precedente. Sono soprattutto i contributi pubblici, che incidono per il 75% sulle entrate, a crescere maggiormente. Tuttavia, tale incremento di fondi non è destinato all'attività ordinaria della struttura bensì a progetti artistici²⁰ della Città di Torino il cui contributo pesa sul totale delle entrate del 2003 per il 24%. Circa il 44% delle entrate deriva da contributi statali mentre quelli regionali incidono per il 7%. Il numero degli addetti, di cui oltre l'80% impiegato a tempo indeterminato, si è mantenuto sostanzialmente stabile (circa 365 unità) rispetto all'anno precedente: circa la metà sono professori d'orchestra e artisti del coro, un terzo è rappresentato da personale tecnico mentre la restante parte è composta dal personale amministrativo, dirigenti e collaboratori. Il numero di manifestazioni realizzate nel 2003 (1.473) ha subito un leggero ridimensionamento (-4% rispetto al 2002) dovuto in buona parte a un minor numero di rappresentazioni per le scuole e a una lieve riduzione dell'attività didattico-musicale, mentre sono particolarmente aumentati i concerti in decentramento. Con i cicli di manifestazioni dell'iniziativa "Il Regio itinerante" e attraverso il circuito di Piemonte in Musica sono stati realizzati sul territorio regionale 124 concerti di musica da camera, sinfonici e polifonici. Sono inoltre aumentati di circa il 10% gli spettacoli di lirica e di balletto al Teatro Regio. Il pubblico pagante nel 2003 è diminuito di circa il 5% attestandosi a 160.000 presenze, a fronte di un considerevole aumento (+32%) del pubblico per le manifestazioni a ingresso gratuito. Complessivamente le presenze per le attività della Fondazione sono di quasi 270.000 unità.

Tra le formazioni orchestrali, l'Orchestra Sinfonica Nazionale della RAI è quella dimensionalmente più rilevante. Presente a Torino dal 1931 come primo complesso sinfonico dell'ente radiofonico pubblico, è impegnata in molteplici attività sia nel territorio regionale sia all'estero. Accanto alla stagione sinfonica all'Auditorium del Lingotto (in cui mediamente nella stagione viene offerta una trentina di concerti, ciascuno eseguito in due serate consecutive), l'Orchestra della RAI propone una stagione di musica da camera presso il SERMIG e una serie di concerti di musica contemporanea a ingresso gratuito. Svolge inoltre tournée in Italia (con una decina di concerti a stagione) e all'estero oltre a partecipare a vari festival in Piemonte.

Negli anni si sono consolidate molte organizzazioni musicali accanto alle grandi strutture storiche presenti nel capoluogo. Oltre alle istituzioni sopra menzionate, che per dimensione e per tipo di attività non sono comparabili con il complesso delle attività monitorate dall'Osservatorio, vi sono altre importanti strutture che nel 2003 hanno prodotto complessivamente oltre 600 rappresentazioni per un totale di 253.000 presenze. Sono state infatti monitorate 80 iniziative tra stagioni, rassegne, singoli concerti e concorsi musicali, per lo più concentrati a Torino, il cui volume di entrate è di circa 10 milioni di euro.

Per quanto riguarda le società di concerto senza un proprio organico artistico impegnate nell'organizzazione e nella gestione di concerti e stagioni, l'Unione Musicale di Torino e l'Associazione Lingotto Musica rimangono le due strutture più rilevanti per dimensione economica e per profilo d'offerta.

La stagione dei Concerti del Lingotto prevede annualmente otto appuntamenti che nel 2003 hanno registrato oltre 14.000 presenze; l'Associazione Lingotto Musica organizza inoltre la rassegna Giovani per i Giovani (circa cinque concerti pomeridiani) dedicata ai giovani musicisti. Gli eventi organizzati dall'Unione Musicale nel 2003 sono stati 43 per un totale di oltre 26.000 presenze.

Va inoltre segnalata l'attività del Teatro Coccia di Novara, che contribuisce alla diffusione dell'opera, dell'operetta e del musical in quell'area del Piemonte.

Accanto alle strutture sopra menzionate, il settore della musica colta si compone di un gran numero di strutture professionali e non, impegnate su più fronti, dalla formazione all'organizzazione di concerti ed eventi, alla produzione musicale. Tali organizzazioni, qui accorpate

²⁰ Nel 2003 la Fondazione ha fornito supporto tecnico-organizzativo e amministrativo a rassegne della Città di Torino quali Settembre Musica, Torinodanza, Luci d'Artista.

per la dimensione del budget, producono manifestazioni molto diverse tra loro, a partire dal genere proposto e dalle formazioni presentate.

Il **primo gruppo** è composto da sei strutture, una in più rispetto all'anno precedente, con bilanci dai 300.000 ai 500.000 euro. Il volume complessivo è di 2,3 milioni di euro, sostanzialmente stabile se si considerano solo i soggetti confrontabili con il 2002. Le entrate sono composte per circa l'80% dai contributi degli enti pubblici e privati (2 punti percentuali in più rispetto al 2002) mentre il restante 20% è costituito dagli incassi, dalle eventuali attività commerciali connesse e dalle entrate proprie. L'incidenza percentuale delle spese artistiche è aumentata di tre punti percentuali attestandosi al 74% del totale delle uscite del 2003. Delle sei società solo due sono localizzate in provincia di Torino, mentre le restanti hanno la loro sede in provincia di Cuneo, a Biella, Asti e Vercelli. Complessivamente hanno realizzato 130 concerti ed eventi per un totale di quasi 80.000 presenze.

Del **secondo gruppo** fanno parte 23 associazioni musicali, di cui poco più della metà con sede in provincia di Torino. Hanno bilanci compresi tra i 50.000 e i 300.000 euro per un volume complessivo di 2,7 milioni di euro nel 2003. I contributi pubblici e privati rappresentano il 71%: lo scarto dipende in particolar modo dalla quasi totale assenza di finanziamenti statali; risultano alquanto contenuti anche i contributi da parte degli enti provinciali. Al contrario, le erogazioni dei Comuni pesano sul totale delle entrate per quasi il 10%. L'incidenza delle spese artistiche è elevata come per il primo gruppo (circa il 75%), mentre per quanto riguarda le uscite generali la quota maggiore viene assorbita dalle spese per il personale amministrativo. Il volume delle attività è stimabile in oltre 220 concerti per un totale di quasi 54.000 presenze.

Il **terzo** e ultimo **gruppo** si compone di 39 organizzazioni di piccole dimensioni con bilanci inferiori ai 50.000 euro, che nell'insieme ammontano a 845.000 euro. Anche in questo caso le entrate derivanti dai contributi sia pubblici che privati rappresentano la fonte di sostentamento primaria (71%), mentre gli incassi sono di entità estremamente ridotta (115.000 euro) anche in conseguenza del carattere spesso gratuito delle iniziative. Le spese artistiche raggiungono la quota del 90% del totale delle uscite, indice di una struttura organizzativa con una forte componente di volontariato, essendo in rari casi presente la voce di spesa per il personale amministrativo e tecnico. Nel 2003 hanno realizzato, nell'insieme, più di 150 concerti per 54.000 presenze.

I festival

La *festivalisation*, ovvero il sempre crescente interesse dimostrato da operatori culturali e policy maker nei confronti della formula festival, è un fenomeno diffuso a livello sia europeo, sia italiano, sia regionale. In Piemonte, il numero dei festival censiti dall'OCP nel corso di un quinquennio è quasi triplicato, passando dalle 48 unità del 1997 alle 126 del 2003. Si deve tuttavia considerare come rimangano estromesse rassegne e manifestazioni, spesso di piccole e piccolissime dimensioni, che si presentano come forme ibride, in cui si mescolano aspetti artistici, artigianali, enogastronomici o di valorizzazione delle tradizioni locali, che completano e rendono complesso il contesto di riferimento, rivelando una distribuzione capillarmente diffusa su tutto il territorio regionale e durante tutto il corso dell'anno, anche se con picchi durante la stagione estiva.

Nel contesto regionale del Piemonte questa formula riscontra particolare successo in virtù del fatto che i festival stanno sempre più assumendo un ruolo propulsivo per i processi di sviluppo locale, promozione turistica del territorio, attivazione di risorse del patrimonio culturale. Se all'interno del contesto cittadino il festival offre l'opportunità di attivare strategie di marketing urbano, nei contesti extracittadini può svolgere il ruolo di collante tra la comunità locale e il suo territorio, i suoi aspetti tradizionali, le sue peculiarità ambientali e architettoniche.

Dei 126 festival individuati dall'OCP, 75 sono stati oggetto di monitoraggio²¹. La suddivisione percentuale del campione di riferimento tra i differenti generi rispecchia in modo fedele quella dell'universo di indagine: poco più del 40% dei festival presenta spettacoli di teatro, circa il 40% di musica, l'11% di cinema; leggermente sottostimati quelli di danza e multidisciplinari.

All'interno dei 75 festival monitorati si è attuata una distinzione in base ad attività e dimensione economica, e si sono pertanto individuati quattro gruppi:

- 20 festival di piccole dimensioni con bilanci inferiori a 33.000 euro;
- 36 festival di medie dimensioni con bilanci compresi tra i 34.000 e i 99.000 euro;
- 13 festival di grandi dimensioni con bilanci compresi tra i 100.000 e i 300.000 euro;
- 6 festival con una dimensione economica superiore ai 300.000 euro.

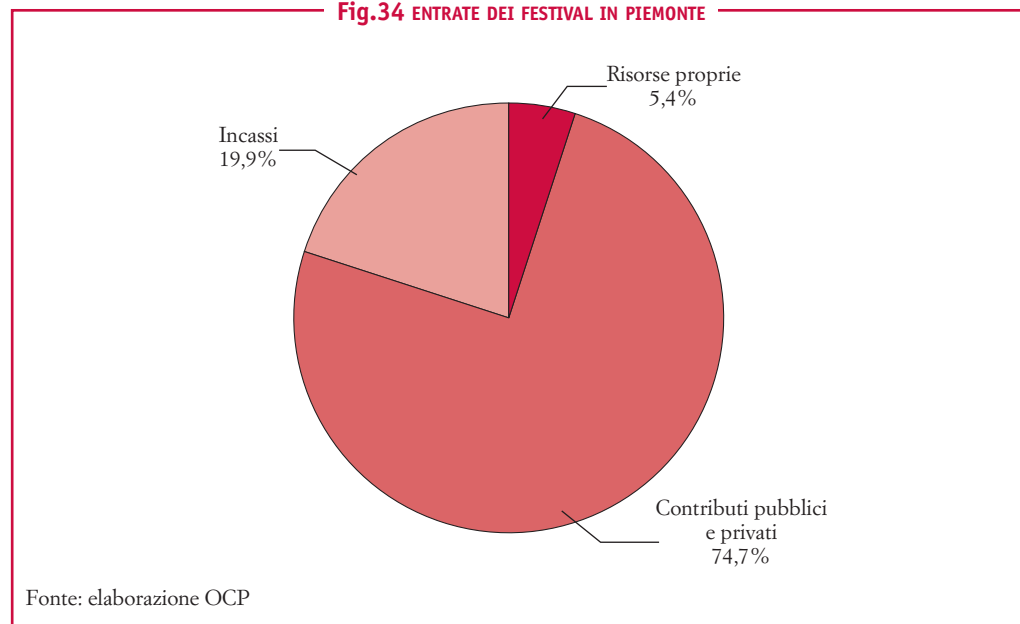
I 75 festival monitorati hanno realizzato nel corso del 2003 oltre 1.000 spettacoli, che hanno coinvolto circa 400.000 spettatori. La dimensione economica complessiva è stimabile in oltre 7 milioni di euro, il 75% dei quali derivante da contributi pubblici, il 5% da entrate proprie e poco più del 20% dagli incassi: l'incidenza dei contributi pubblici ha un peso considerevole per tutti i festival.

Dall'analisi della **composizione dei contributi** emerge chiaramente l'importanza dei finanziamenti della Regione e dei Comuni e il rapporto preferenziale che lega i singoli festival al territorio di riferimento.

L'incidenza dei contributi statali si presenta di poco inferiore al 5%, e a tutti gli effetti interessa solo 14 dei 75 festival analizzati. I contributi regionali sono i più consistenti non solo in termini di incidenza percentuale (30%), ma anche per quanto attiene il numero di soggetti che in misura maggiore o minore ne beneficiano: solo due non accedono ai finanziamenti regionali, mentre per alcuni i contributi della Regione costituiscono la quasi totalità dei finanziamenti.

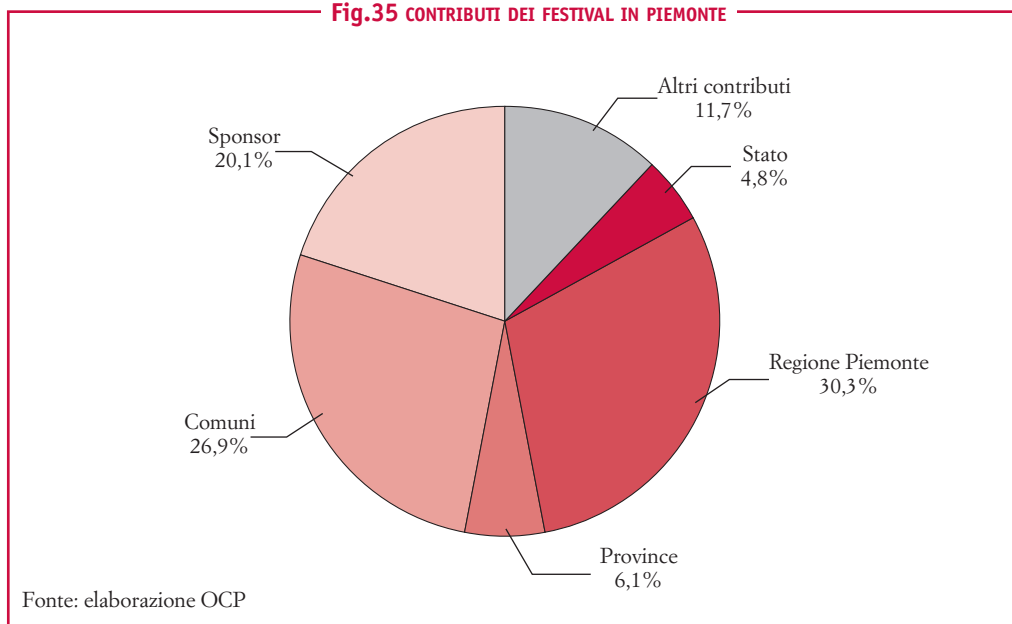
L'incidenza percentuale maggiore dei finanziamenti concessi dalla Regione Piemonte interessa i festival di piccole dimensioni, costituendo circa la metà dei contributi complessivi.

Fig.34 ENTRATE DEI FESTIVAL IN PIEMONTE



²¹ I dati relativi alle risorse umane sono frutto di stime derivanti da rilevazioni dirette e indirette realizzate dall'OCP.

Fig.35 CONTRIBUTI DEI FESTIVAL IN PIEMONTE



L'incidenza dei finanziamenti provinciali si presenta contenuta e interessa solo tangenzialmente i festival (6%). I contributi europei sono praticamente nulli (vi accedono solo due festival), mentre quelli comunali interessano in modo più cospicuo i festival di medie e grandi dimensioni e complessivamente rappresentano il 27% del totale dei contributi.

I dati legati alle sponsorizzazioni richiedono cautela nella loro interpretazione: spesso, infatti, i soggetti interessati tendono a confondere sponsorizzazioni e finanziamenti (in taluni casi sono inclusi nella categoria delle sponsorizzazioni i finanziamenti delle fondazioni bancarie). Il quadro si presenta quindi di non limpida lettura: i festival di piccole dimensioni contano su un contributo limitato da parte dei privati (ne hanno usufruito solo sei festival nel 2003); dei 36 festival di medie dimensioni, ben 23 ottengono sponsorizzazioni, secondo proporzioni assolutamente differenziate; variegata e oscillante anche la percentuale di sponsorizzazione per i festival di grandi dimensioni (cinque non ne usufruiscono); diversamente, i sei festival maggiori godono tutti di contributi dei privati, che complessivamente rappresentano circa il 26% del totale.

Gli introiti derivanti dalla vendita di biglietti e abbonamenti costituiscono oltre l'85% degli incassi per i festival del Piemonte. I festival di piccole e medie dimensioni integrano i propri incassi con le quote di iscrizione ad attività connesse quali laboratori e seminari che spesso sostituiscono l'attività di vendita diretta di biglietti e abbonamenti; per i festival di medie e grandi dimensioni, invece, si ha un'integrazione degli incassi grazie ad altre entrate.

Per comprendere appieno l'orientamento e il posizionamento dei festival del Piemonte non solo nel contesto regionale, ma anche in rapporto alla dimensione nazionale, è significativo valutare la composizione delle spese necessarie per la loro realizzazione: l'89% delle risorse in possesso dei festival è utilizzato per coprire le spese artistiche. Ciò comporta che nell'economia complessiva di un festival la componente artistica assuma un ruolo di assoluta preponderanza per le realtà sia piccole sia grandi, sebbene per motivazioni in parte differenti. I primi tendono in taluni casi a investire la totalità delle proprie risorse per l'allestimento dei cartelloni, ponendo in una dimensione totalmente sussidiaria la componente organizzativa e gestionale, considerata alla stregua di attività funzionale e al presente fondata su collaborazioni a titolo

volontario. Diversamente, il peso preponderante che le spese artistiche assumono per i grandi festival o per quelli di rilevanza nazionale è da porre in relazione, da un lato, a una politica di “eccellenza artistica”, dall’altro alla presenza di una struttura organizzativa consolidata, che permette di contenere le spese gestionali. Inoltre, si tenga presente che il festival per sua natura si presenta come un evento circoscritto spazialmente e temporalmente, e pertanto necessita di una struttura organizzativa flessibile, con picchi di attività e momenti di stasi.

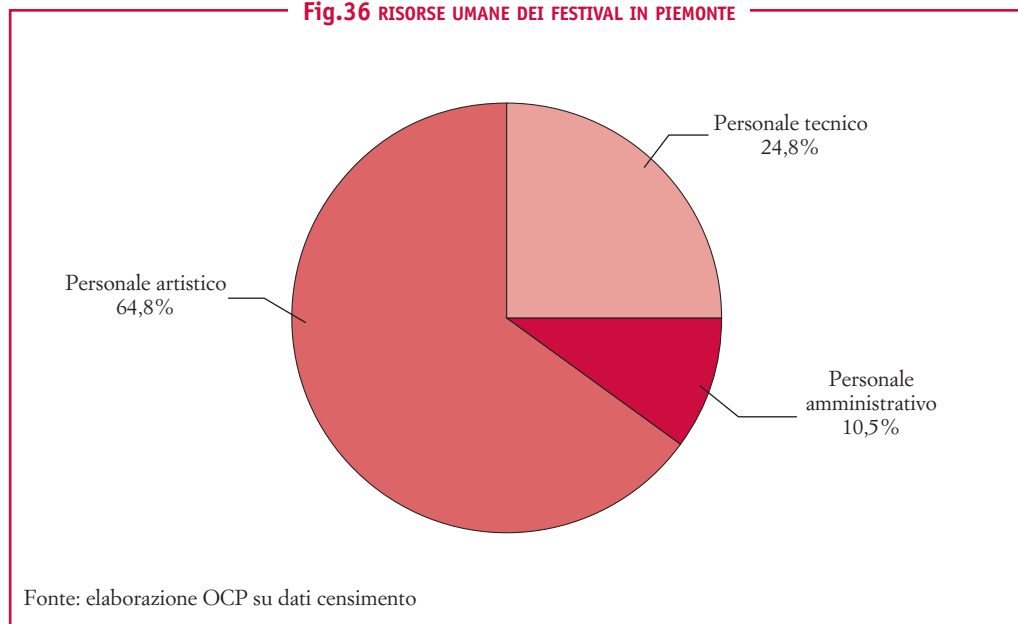
Un utile spunto di riflessione per comprendere il “fenomeno festival” e la tipologia e le modalità di lavoro su cui si fonda sono le stime fatte sul personale impiegato e un confronto tra personale e giornate lavorate. Complessivamente, nel 2003, le risorse umane utilizzate dai 75 festival monitorati è stimata in 984 addetti, dei quali 244 tecnici, 103 amministrativi e 637 artistici. Il personale artistico rappresenta il 65% del totale, ma è utilizzato per tempi circoscritti e spesso legati alla singola rappresentazione: le giornate lavorate dagli artisti ammontano a 1.157, a fronte delle oltre 3.800 del personale amministrativo, che collabora spesso in modo maggiormente strutturato con le singole realtà. Nel complesso, i *full time equivalent* del personale utilizzato nei festival in termini assoluti sono ridotti: 26 per 75 realtà. Ciò permette di ipotizzare una mobilità interna fra i soggetti che operano nel settore dello spettacolo. Discorso analogo può essere fatto anche per il personale tecnico – 2.204 addetti con 11 *full time equivalent* per 75 realtà – che si sostanzia con molta probabilità attraverso una rete di rapporti personali.

La dimensione internazionale dei festival piemontesi

Se i festival riconoscono l’esigenza di costruire reti di collaborazione e sinergie per raggiungere i propri obiettivi artistici e gestionali²², si è ritenuto utile analizzare il tema della mobilità degli artisti e l’interesse dei festival del Piemonte per la dimensione internazionale, al fine di verificare in quale misura tali riflessioni influenzino anche la realtà regionale.

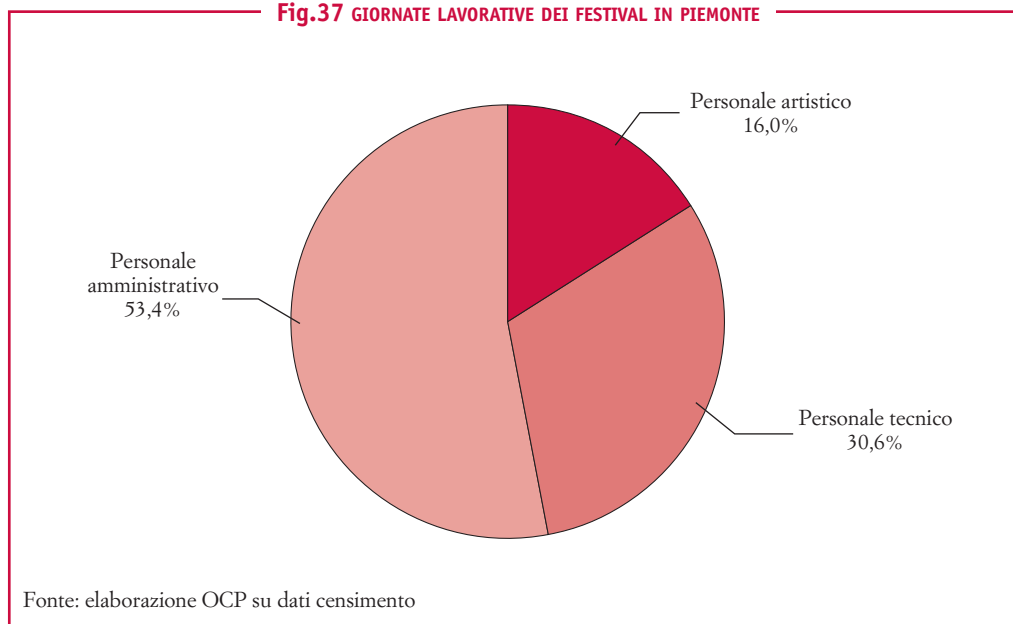
Un’indagine circoscritta a un limitato gruppo di festival (20) ha rivelato che il 75% di questi ospita spettacoli stranieri. Sono le motivazioni di carattere artistico a orientare le scelte e la

Fig.36 RISORSE UMANE DEI FESTIVAL IN PIEMONTE



²² Il tema è stato discusso tra l’altro all’assemblea dell’EFA (Associazione Europea dei Festival) tenutasi a Ginevra il 14 e 15 ottobre 2002.

Fig.37 GIORNATE LAVORATIVE DEI FESTIVAL IN PIEMONTE



selezione degli spettacoli: nella maggioranza dei casi il cartellone è costruito sulla base delle proposte dei singoli artisti – secondo una prospettiva ancorata a una modalità “artigianale” e di valutazione del prestigio, validità della performance – o su “commissione” (invitando il singolo artista/compania a riprendere spettacoli del proprio repertorio o a realizzarne di nuovi) o, ancora, prendendo in esame le produzioni realizzate da altri festival nazionali o internazionali.

La presenza di artisti e spettacoli stranieri risponde alle esigenze di qualità del festival e si inserisce in una politica di apertura alle novità e al rinnovamento delle scene; ciononostante, la presenza di personalità di spicco del panorama internazionale non è avulsa da difficoltà, in parte connesse con la struttura stessa del sistema dello spettacolo dal vivo nazionale. In particolare, i festival musicali denunciano i problemi di tempistica per quanto riguarda le scritture di artisti e complessi di livello internazionale i cui contratti devono essere stipulati con largo anticipo: spesso a causa dell’incertezza sui finanziamenti, i festival non sono in grado di valutare i budget a propria disposizione e quindi si trovano nella necessità di realizzare una programmazione “a rischio”. Infine, vi sono le difficoltà nella gestione degli aspetti amministrativi e organizzativi relativi al pagamento degli oneri ENPALS, alle trasferte, ai viaggi e agli aspetti burocratici (soprattutto per gli artisti che non appartengono all’Unione Europea), che spesso possono creare un rallentamento nelle procedure organizzative.

L’apertura alla dimensione extranazionale ha motivazioni di carattere prettamente artistico: il concetto di network o di rete si presenta, infatti, poco sviluppato, connesso alla specificità del singolo festival e alla necessità di trovare corrispettivi o partner al di fuori del contesto nazionale; diversamente, non appare, se non in nuce, la possibilità di realizzare modalità di cooperazione, scambio e coproduzioni, che richiedono sforzi e impegni finanziari che i singoli festival non sono in grado di assolvere. I vantaggi dell’appartenenza a un network sono quindi identificati essenzialmente con la possibilità di aumentare le proprie conoscenze e di avere una maggiore accessibilità al mercato – elementi connessi con una dimensione autocentrata –; seguono i vantaggi derivati dalla possibilità di fare circuitare maggiormente i propri spettacoli e diversificare la propria offerta, anch’essi elementi riconducibili alla sfera artistica.

3.4 LE BIBLIOTECHE

Sono 1.027 le biblioteche presenti in Piemonte²³, pari all'8,1% di tutte le biblioteche censite a livello nazionale e al 15,8% di quelle presenti nel Nord Italia. Per quanto riguarda la tipologia amministrativa, la categoria prevalente è quella degli enti locali (tab. 16): le biblioteche civiche piemontesi sono 623 (tre in più rispetto all'anno precedente e rappresentanti il 60,7% del totale regionale). In termini di incidenza percentuale sul totale si segnalano poi le biblioteche universitarie (8,8%), quelle degli enti culturali (8,6%) e quelle ecclesiastiche (7,3%). Se si confronta la distribuzione per tipologia amministrativa delle biblioteche piemontesi con il dato italiano emerge una maggiore incidenza delle biblioteche degli enti locali (60,7% contro il 51,8% di livello nazionale).

Relativamente alla consistenza del patrimonio librario, il 56,5% delle biblioteche piemontesi ha una dotazione inferiore ai 5.000 volumi, il 14,1% compresa tra 5.000 e 10.000 volumi, il 23,1% una dotazione compresa tra 10.000 e 100.000 volumi, mentre solo il 2,4% delle biblioteche censite in Piemonte ha una consistenza del patrimonio librario superiore a 100.000 volumi.

Rispetto al dato medio nazionale emerge una maggiore incidenza delle biblioteche di piccole dimensioni (quelle inferiori ai 5.000 volumi pesano per il 56,5% contro il 45,7% del dato italiano) a discapito di quelle di medie dimensioni (pesano per il 22,1% contro il dato complessivo del 27,1%).

Per il 2004 è stato realizzato un approfondimento, in base ai dati forniti dal Settore Biblioteche, Archivi e Istituti Culturali della Regione Piemonte, su un campione di 305 Comuni²⁴ richiedenti contributi per l'acquisto di nuovi volumi per le biblioteche civiche. Il 38% delle biblioteche civiche è concentrato nella provincia di Torino, il 27% in quella di Cuneo, il 9% in quelle di Novara e Alessandria, mentre la restante parte è dislocata nel Biellese (7%), nell'Astigiano (6%), nel Vercellese e nel Verbano-Cusio-Ossola (2%).

La spesa dei Comuni effettuata per l'acquisto di nuovi volumi per le biblioteche ammonta a più di 845.000 euro. Suddividendo i richiedenti per classi di spesa si riscontra un ristretto gruppo di Comuni (solo il 4%) che ha investito nell'acquisto di materiale bibliografico più di 10.000 euro, un secondo gruppo (il 10%) con una disponibilità economica compresa tra i 5.000 e i 10.000 euro e un terzo gruppo numericamente consistente (l'86%) con una spesa minore di 5.000 euro. Riferendo il dato di spesa alla popolazione si vede come l'importo per abitante cali a partire dal primo gruppo di Comuni con 1,2 euro pro capite, mentre le altre

Tab.16 BIBLIOTECHE DEL PIEMONTE PER TIPOLOGIA AMMINISTRATIVA: CONFRONTO CON NORD E ITALIA (2003)

TIPOLOGIA	VALORI ASSOLUTI			VALORI %		
	PIEMONTE	NORD ITALIA	ITALIA	PIEMONTE	NORD ITALIA	ITALIA
Enti locali	623	3.870	6.570	60,7	59,4	51,8
Università	90	883	2.212	8,8	13,5	17,5
Enti culturali	88	458	898	8,6	7,0	7,1
Enti vari	81	413	753	7,9	6,3	5,9
Enti ecclesiastici	75	470	1.257	7,3	7,2	9,9
Enti pubblici	34	194	422	3,3	3,0	3,3
Statali	33	225	553	3,2	3,5	4,4
Aziende autonome	3	4	11	0,3	0,1	0,1
Totale	1.027	6.517	12.676	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT

²³ Dato ISTAT riferito al 2003.

²⁴ Non vengono qui contemplate le biblioteche Centri Rete e le biblioteche/archivi delle amministrazioni comunali che non hanno fatto espressamente richiesta di contributi regionali. Nello specifico le biblioteche civiche analizzate sono 295.

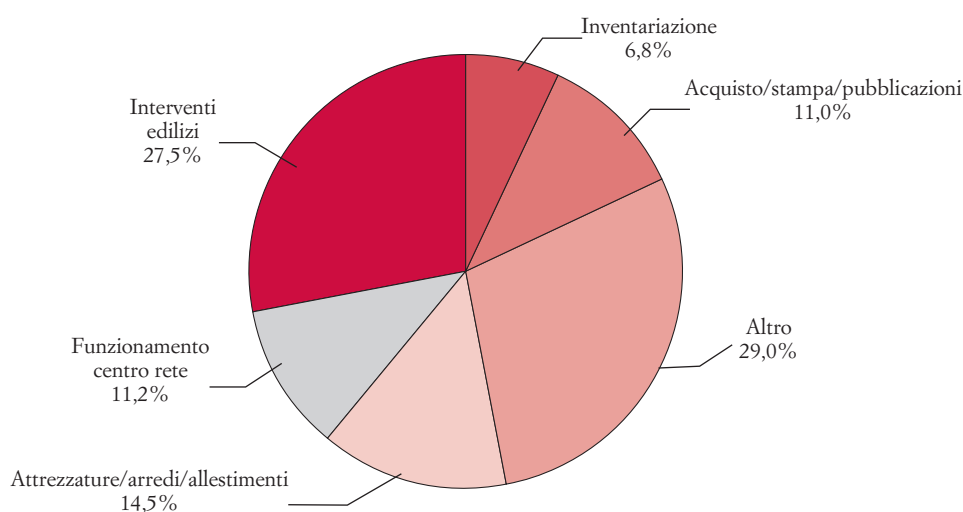
due classi dimensionali fanno registrare una spesa per abitante rispettivamente di 0,80 euro e 0,60 euro. I contributi regionali erogati nel 2004 ammontano a più di 380.000 euro e coprono il 45,3% della spesa dei Comuni. L'intervento della Regione Piemonte incide maggiormente sui Comuni del terzo gruppo (56% della spesa totale). Per quanto riguarda quelli del secondo gruppo la copertura arriva a oltre un terzo dell'importo (37%), mentre per i Comuni del primo gruppo l'incidenza regionale è del 30%.

I sistemi bibliotecari che maggiormente hanno usufruito di contributi regionali e che più hanno speso nel 2004 sono quelli di Pinerolo, Ivrea e Fossano, i più rilevanti per numero di biblioteche aderenti e di abitanti.

Per quanto riguarda gli orari di apertura, il 32% concede l'accesso al pubblico per sei ore²⁵ alla settimana, il 9% per dodici ore e il 7% per otto ore. L'80% delle biblioteche del campione ha un orario di apertura inferiore alle 20 ore settimanali, il 13% ha un orario compreso tra le 21 e le 30 ore e il restante 7% superiore a 30.

Complessivamente nel 2004 il Settore Biblioteche della Regione Piemonte ha erogato contributi per oltre 10 milioni di euro, il 16% in meno rispetto al 2003, per lo più concentrati nelle province di Torino, Cuneo e Alessandria. Sono gli interventi edilizi e strutturali a drenare la quota di risorse maggiore (28%), mentre circa il 29% è destinato alla promozione della lettura e dell'editoria locale e a differenti iniziative.

Fig.38 CONTRIBUTI EROGATI, PER SETTORE DI INTERVENTO (2004)



Fonte: elaborazione OCP su dati Regione Piemonte – Settore Biblioteche

²⁵ Si tratta di biblioteche localizzate in comuni aventi una popolazione inferiore ai 7.000 abitanti.

3.5 IL NON PROFIT E IL VOLONTARIATO CULTURALE

L'offerta di attività e di iniziative culturali per il tempo libero provenienti dall'associazionismo è un fenomeno recente che taglia trasversalmente tutti i comparti della cultura: le associazioni offrono il loro contributo nel settore dei beni culturali, dello spettacolo, delle arti visive, dei servizi per la cultura. Come è noto il volontariato è presente in moltissimi settori; se è vero che esso viene spesso associato *sic et simpliciter* al settore sanitario e socioassistenziale, grande rilevanza assumono anche forme di volontariato organizzato nel campo ambientale, dell'educazione, dello sport e della ricreazione. In questa prospettiva più allargata si deve collocare il volontariato che opera in uno dei settori più centrali per lo sviluppo e la crescita del singolo e della società nel quale è inserito: quello culturale. Si tratta di una realtà molto sfaccettata, sfuggente e per sua natura refrattaria a inquadrarsi in categorie predefinite, costituita sia da grandi organizzazioni sovregionali (si pensi all'ARCI, al FAI, a Italia Nostra), sia da strutture di dimensioni molto limitate, con attività che spaziano in diverse aree, spesso a cavallo tra l'ambito sociale e quello strettamente culturale.

L'ultima rilevazione a livello nazionale è stata compiuta dall'ISTAT²⁶, che definisce le istituzioni non profit quali enti giuridici o sociali di natura privata che producono beni e servizi sotto il vincolo della non distribuzione degli utili ai soggetti che le costituiscono, finanziano o controllano.

I risultati della rilevazione censuaria a **livello nazionale** individuavano nel 1999 40.543 istituzioni operanti "in modo prevalente" nell'ambito delle attività culturali e artistiche (il 18% del totale delle istituzioni non profit italiane) e 512.864 le risorse umane impiegate – di cui ben il 94% a titolo volontario – pari al 13% del totale delle risorse umane afferenti all'intero settore del non profit.

In **Piemonte** venivano individuate 3.196 istituzioni operanti – sempre "in modo prevalente" – nel settore delle "attività culturali e artistiche" e le risorse umane impiegate erano 41.917, di cui il 95% volontarie (pari al 13,5% del totale delle risorse umane attive nel settore non profit in Piemonte).

In Piemonte sono 157 i soggetti iscritti al Registro regionale del volontariato, di cui 74 attivi nell'ambito della tutela e valorizzazione del patrimonio storico e artistico, 39 nell'ambito della promozione della cultura, istruzione, educazione permanente e 44 nell'ambito della tutela e valorizzazione ambientale²⁷. La localizzazione geografica vede la maggior concentra-

Tab.17 ORGANIZZAZIONI ISCRITTE AL REGISTRO REGIONALE DEL VOLONTARIATO (2003)

	CULTURA ARTE E ISTRUZIONE	SUPPORTO AL WELFARE	IMPEGNO E PROTEZIONE CIVILE	TOTALE	% CULTURA ARTE ISTRUZIONE
Alessandria	26	135	27	188	16,6
Asti	1	66	11	78	0,6
Biella	7	66	16	89	4,5
Cuneo	28	152	29	209	17,8
Novara	13	128	28	169	8,3
Torino	66	531	143	740	42,0
V.C.O.	1	42	9	52	0,6
Vercelli	15	56	10	81	9,6
Totale	157	1.176	273	1.606	100,0

Fonte: elaborazione OCP

²⁶ ISTAT, *Istituzioni nonprofit in Italia. I risultati della prima rilevazione censuaria. Anno 1999*, Roma, ISTAT, 2001.

²⁷ I dati qui esposti si riferiscono all'elenco delle organizzazioni iscritte al Registro, pubblicato sul supplemento n. 1 del B.U. della Regione Piemonte n. 45 del 6 novembre 2003.

zione di tali istituzioni in provincia di Torino (42%), cui seguono quelle di Cuneo (18%), Alessandria (17%) e Vercelli (10%). Rispetto al totale delle organizzazioni di volontariato iscritte all'Albo (1.606) quelle registrate nelle tre sezioni culturali e ambientali rappresentano circa il 10%.

In una recente indagine realizzata dall'OCP sull'associazionismo del volontariato culturale in provincia di Torino²⁸, emerge come circa il 39% delle organizzazioni impegnate in ambito culturale sia attivo in un unico settore, mentre il 32% sia impegnato in due o tre settori e il 29% in più di quattro settori. Inoltre, il 77% delle organizzazioni analizzate svolge la propria attività con continuità durante tutto l'anno. Fra le organizzazioni che lavorano in modo saltuario o discontinuo si evidenzia una maggioranza di soggetti attivi nell'ambito dello spettacolo, e in particolare nel teatro e nella musica, che realizzano rassegne, festival e concerti.

Tra i soggetti che operano saltuariamente solo il 14% (sono 7 su 49) ha sede a Torino. L'indagine ha poi evidenziato come, soprattutto relativamente alle organizzazioni con sede in località montane o comunque in zone interessate da flussi turistici significativi, sia particolarmente rilevante il "fattore vacanze", ovvero il periodo dell'anno in cui non solo è maggiore la domanda di attività, ma maggiore è anche la disponibilità di risorse umane che possano operare con le organizzazioni. I soggetti particolarmente interessati da questo fenomeno sono per lo più quelli attivi nell'organizzazione di eventi e manifestazioni al confine tra l'ambito culturale e quello turistico, come ad esempio le Pro Loco.

La maggior parte delle organizzazioni opera sia a favore degli associati sia a vantaggio di terzi (77%). Non irrilevante è la percentuale di associazioni che agiscono a esclusivo favore dei soci/aderenti, la cosiddetta forma di solidarietà a "raggio corto" (14%), mentre la quota di quelle che operano a esclusivo vantaggio dei non aderenti o, in altri termini, "più altruistiche", raggiunge appena il 9%.

La ricerca evidenzia come l'ambito del volontariato culturale sia un ambiente complesso, con una pluralità di presenze e di componenti sfaccettate a tutti i livelli di analisi.

Si tratta di caratteristiche rilevabili in modo trasversale a tutti i livelli aggregativi e di scala, dall'intero settore all'organizzazione singola, per arrivare a incidere in molti casi sugli individui impegnati nel volontariato culturale, che mostrano motivazioni, pulsioni, tendenze multidirezionate ed estremamente articolate, tali da essere difficilmente ricomposte in un insieme unitario e coeso.

Proprio la compresenza di comportamenti, finalità, azioni di diversa natura all'interno delle organizzazioni, ma rilevabili anche al livello dei singoli individui, appare svolgere un ruolo importante nel fenomeno del volontariato culturale, comparabile in termini metaforici a un momento propulsivo, a un innesco e a un motore di alcune dinamiche che caratterizzano profondamente l'intero settore.

L'indagine ha fatto inoltre emergere un tema di particolare interesse: la contiguità di atteggiamenti, di pratiche, di sensibilità tra mondo della produzione della cultura e volontariato culturale, che rende arduo definire una precisa linea di frontiera. Se ciò complica un problema definitorio, d'altro canto rappresenta una sinergia forte, una congruenza profonda i cui sintomi si evidenziano proprio in questo comune sentire. L'organicità dei rapporti tra volontariato culturale e mondo della cultura produce una vasta zona di interscambio e di compenetrazione che appare essere uno dei *milieux* più interessanti per la crescita delle risorse culturali nel loro complesso, siano esse ricomprese nel mondo del volontariato o appartenenti al mondo professionale della cultura.

²⁸ OCP, *Indagine sull'associazionismo del volontariato culturale in provincia di Torino*, 2005.

OSSERVAZIONI CONCLUSIVE

L'Osservatorio Culturale del Piemonte giunge nel 2005 al settimo anno di vita: la sua attività è documentata, oltre che in pubblicazioni e indagini specifiche, da sei Relazioni Annuali – sette con la presente – pubblicate a partire dal 1999. Ogni anno le osservazioni conclusive hanno eletto alcuni temi, di solito trasversali rispetto all'analisi dei diversi settori, su cui incentrare una riflessione di carattere qualitativo e a largo raggio, ma affrontati in una logica prevalentemente sincronica, di attualità. D'altro canto, la costruzione di una prospettiva storica rappresentava uno degli obiettivi di fondo dell'attività dell'Osservatorio, attuabile tuttavia solo in tempi medio-lunghi.

Lo sforzo principale dei primi anni di attività è consistito nell'organizzare una raccolta di dati sistematica, nello stabilizzare le fonti d'informazione, nel verificare metodi d'indagine che consentissero una replicabilità anno per anno. Tutto ciò, ovviamente, nella convinzione che sarebbe stato importante nel corso del tempo poter operare confronti su serie storiche per comprendere le traiettorie del settore culturale in Piemonte. A oggi questo obiettivo è stato raggiunto: nonostante le serie di dati nei diversi settori mostrino archi temporali in parte differenti, in tutti i settori analizzati dall'OCP è possibile fornire una prospettiva storica, una serie che consenta di valutare le dinamiche diacroniche.

Al posto di una evidenziazione di alcuni temi ci è parso dunque importante inserire nelle osservazioni conclusive una prima prospettiva temporale che ripercorra e confronti i dati, le valutazioni e le analisi succedutesi di anno in anno. In tale ottica si presenta qui di seguito il documento di sintesi dell'attività settennale¹, redatto proprio per avviare una discussione e una valutazione di carattere diacronico, al fine di far emergere le traiettorie evolutive dei diversi sottosistemi che compongono il mondo della cultura.

Molte altre elaborazioni sarebbero state possibili; la scelta operata nel documento che qui si allega è quella di estrarre solo i dati fondamentali per non appesantire il testo e per focalizzare l'attenzione sulle interpretazioni che emergono dall'analisi: interpretazioni che, come tali, vanno valutate e discusse e che hanno la funzione di aprire un dibattito, una riflessione e non di fornire una chiave di lettura univoca. Non è utile semplificare la complessità, tanto meno in una prospettiva storica. Per questa ragione, in coda al documento si elencheranno alcuni nodi problematici al posto delle conclusioni, nella speranza che discutere tali nodi – o altri che potrebbero emergere in un futuro dibattito – possa contribuire positivamente a individuare nuove ed efficaci strategie per il mondo della cultura in Piemonte.

¹ Il documento *Sette anni di Osservatorio. Un primo bilancio e nuove prospettive* è disponibile dal 10 marzo 2005 sul sito Internet dell'OCP all'indirizzo www.ocp.piemonte.it/PDF/report.pdf

4.1 MUSEI, MOSTRE E PATRIMONIO CULTURALE

Musei e beni culturali

Il fenomeno più visibile e facilmente riscontrabile dell'ultimo decennio riguarda l'incremento di visitatori in regione e, più nello specifico, nel Sistema Museale Metropolitano. Proprio in quest'ambito un confronto storico vede più che triplicati gli ingressi ai musei e ai beni culturali; dai poco meno di 670.000 del 1993 agli oltre 2 milioni del 2003, risultato che viene ancora ritoccato verso l'alto nel 2004. Grazie a questa performance, se si allarga all'intera regione il confronto storico – sebbene su di un arco temporale necessariamente più breve² – i visitatori totali in Piemonte passano da 2,2 milioni del 1998 a più di 3 milioni del 2004³.

Le proporzioni del fenomeno emergono con chiarezza se si confrontano gli andamenti del SMM con l'insieme dei musei statali italiani: mentre i musei dell'area metropolitana sostanzialmente raddoppiano i visitatori tra il 1997 e il 2004, passando da poco più di un milione a 2 milioni, l'insieme dei musei statali italiani passa dai 26 milioni del 1997 ai 32,6 milioni del 2004, con un incremento attorno al 25,3%. In sintesi, il SMM mostra un trend di crescita dei visitatori circa quattro volte superiore a quello dei musei statali che, invece, risulta confrontabile con quello dei visitatori in tutto il resto del Piemonte, area metropolitana esclusa; tuttavia, va ricordato che la dinamica piemontese mostra oscillazioni più accentuate che risentono di particolari eventi come chiusure, riaperture e mostre temporanee di particolare successo, capaci di far impennare in singoli luoghi le presenze.

Il risultato in termini di pubblico rappresenta l'indicatore più evidente e significativo di una strategia che ha visto un comune impegno degli operatori istituzionali, dalla Regione alle Province, agli enti locali, alle fondazioni di origine bancaria, alle istituzioni museali stesse, ai privati, a investire su cultura e beni culturali come fattore di sviluppo locale e asse cruciale per la valorizzazione del territorio torinese e regionale. Questa strategia si è articolata in modo complesso nel corso dell'ultimo decennio e ha prodotto le condizioni e le cause di un fenomeno rispetto al quale il dato di pubblico rappresenta l'indicatore più appariscente. È opportuno dunque riassumere i principali nodi sui quali si fonda tale strategia.

Una lunga stagione di cantieri e restauri

La politica di investimento sui beni culturali ha potuto godere di risorse eccezionali messe a disposizione da Unione Europea, Stato, Regione, Province, enti locali, fondazioni di origine bancaria anche attraverso gli Accordi di Programma Quadro: non meno di 750 milioni di euro in un decennio che vedono nel recupero delle Residenze Sabaude il programma di maggior impegno e nella Venaria Reale il cantiere di restauro più grande d'Europa. I risultati di questo sforzo sono ancora in gran parte da cogliere, soprattutto per ciò che concerne il completamento del circuito delle Residenze Sabaude, ma significative riaperture o nuove aperture hanno contribuito a promuovere presso l'opinione pubblica l'opera di valorizzazione dei beni culturali. Solo a titolo di esempio si pensi al restauro della Mole Antonelliana e alla riapertura del Museo Nazionale del Cinema nel 2000, che da subito si è posto con i suoi 300.000 visitatori annui a fianco del Museo Egizio per dimensione di pubblico; si pensi ancora alla riapertura parziale di Palazzo Madama per ciò che concerne Torino e, al di fuori dell'area metropolitana, alla riapertura al pubblico del Forte di Exilles, con la nuova sezione del Museo Nazionale della Montagna dedicata alla truppe alpine.

Nuove significative tappe sono attese con le riaperture di Venaria e della Mandria, ma altri progetti stanno per essere avviati, fra i quali il nuovo Museo dell'Automobile e il rinnovamento del Museo Egizio con lo spostamento della Galleria Sabauda nella Manica Nuova di Palazzo Reale.

² Il monitoraggio dei musei e dei beni culturali al di fuori dell'area metropolitana è stato deciso e avviato nel periodo 1997-1998.

³ Fonte: EtaBeta, elaborazione OCP.

I nuovi musei

Tra il 1995 e il 2004 si contano nella sola area metropolitana di Torino 13 casi tra musei nuovi e riaperture⁴ e poco meno di 20 a livello regionale. Si tratta di un incremento sostanzioso dell'offerta, che vede coinvolta fortemente l'iniziativa privata con l'apertura di Palazzo Bricherasio, della Fondazione Accorsi, con la Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli, ospitata nello Scrigno disegnato da Renzo Piano per il Lingotto, con la sede torinese della Fondazione Sandretto Re Rebaudengo. Si rinforza con importanti tasselli il sistema di musei e sedi espositive per l'arte contemporanea che già vedeva Torino in posizione di eccellenza, anche attraverso l'apertura di Palazzo Cavour da parte della Regione per mostre temporanee dedicate a tematiche della modernità e della contemporaneità. Il Museo della Resistenza ospitato nei Quartieri Militari di Juvarra va invece a completare il mosaico di musei storici. A livello regionale le aperture del Forte di Exilles, del Forte di Bramafam, del Forte di Vinadio riaccendono l'attenzione sul sistema delle fortificazioni alpine, mentre la Cittadellarte-Fondazione Pistoletto di Biella, il Convento dei Cappuccini e il Filatoio Rosso di Caraglio allargano al territorio regionale l'interesse per la contemporaneità. A ciò si deve aggiungere Scopriminiera di Prali, che ottiene un fortissimo successo di pubblico soprattutto scolastico, la diffusione e lo sviluppo degli ecomusei, l'apertura al pubblico di castelli e ville, come il castello neogotico del Roccolo a Busca, l'apertura del Museo Diocesano di Arte Sacra di Susa, per citare alcuni casi rilevanti che, tuttavia, non esauriscono la lista dei beni riaperti alla visita e all'uso pubblico.

Grandi eventi, piccoli eventi, mostre temporanee

Una maggior frequentazione di musei e beni culturali è un fenomeno nazionale che l'ISTAT ha ben rilevato negli ultimi anni, sottolineando come si tratti ormai di una forma di intrattenimento che coinvolge un pubblico sempre crescente: nel 2002 circa 28 italiani su 100 al di sopra dei sei anni si recano almeno una volta all'anno a visitare un museo⁵. Tuttavia, si è già visto come la crescita nell'ultimo decennio sia stata per Torino e per il Piemonte più forte che altrove. Se si analizza la serie storica, si vede come il picco del 1961 di 873.000 visitatori – in occasione di Italia '61 e delle celebrazioni del centenario dello Stato italiano – rimanga insuperato fino al 1977; così gli 1,3 milioni di visitatori del 1978 in occasione dell'Ostensione della Sindone saranno raggiunti soltanto nel 1998 in occasione di un'altra Ostensione. Sembrerebbe, dunque, che solo i grandi eventi siano capaci di spingere verso l'alto l'audience dei musei, richiamando turisti in occasione di accadimenti eccezionali. Tuttavia, nell'ultimo decennio tutto ciò subisce un mutamento: il picco del 1998 è già inserito in una dinamica di crescita del pubblico e l'anno dopo le visite crescono ancora, così nel 2000, anno nuovamente di Ostensione, e negli anni successivi fino al 2004. Le ostensioni contribuiscono a innalzare le visite soprattutto nell'area centrale di Torino, ma tutto il sistema è dotato di una sua dinamica che fa sì che non vi sia una flessione dopo il grande evento, come capitava in passato. La spiegazione sta in una politica di produzione culturale forte da parte delle istituzioni museali che producono annualmente un "tessuto" di mostre temporanee e di iniziative che catturano il pubblico locale e lo fanno ritornare frequentemente al museo. L'offerta di eventi si arricchisce di iniziative di diverse dimensioni, dalle grandi mostre di taglio internazionale – "I trionfi del Barocco" a Stupinigi, "Da Tiziano a Caravaggio a Tiepolo", sempre a Stupinigi, "Botero" a Palazzo Bricherasio, "Chagall" alla GAM, "Africa" sempre alla GAM, solo per ricordare alcune fra le iniziative più importanti – alle mostre di medie e piccole dimensioni che si susseguono frequentemente in quasi tutte le sedi museali. A livello regionale si ricordano inoltre la mostra "Il Quarto Stato e il suo cantiere" presso lo Studio Pelizza da Volpedo nel 2001 con oltre 50.000 visite o "L'uomo venuto dal ghiaccio" a Pinerolo con 80.000 visite.

⁴ In ordine cronologico: 1995, Fondazione Palazzo Bricherasio; 1996, Fondazione Italiana per la Fotografia; 1998, Museo della Sindone; 1999, R come...; 2000, Museo Nazionale del Cinema alla Mole Antonelliana, Museo di Arti Decorative Fondazione Pietro Accorsi, Palazzo Cavour, Casa del Conte Verde di Rivoli; 2001, Palazzo Madama; 2002, Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli; 2003, Fondazione Sandretto Re Rebaudengo di Torino, Museo Diffuso della Resistenza, della Deportazione, della Guerra, dei Diritti e della Libertà di Torino; 2004, A come... Ambiente.

⁵ Erano 26 italiani su 100 nel 1998.

Sempre più i musei e le sedi espositive divengono centri di produzione culturale capaci di interessare, coinvolgere e far tornare il pubblico nelle proprie sale. Per il 2004 si stima che almeno 1,5 milioni di visite su 3,2 milioni in Piemonte siano state effettuate in occasione di mostre presso le sedi museali ed espositive, di cui poco più di 1 milione su 2 milioni nel SMM.

La fidelizzazione del pubblico locale

Questa nuova offerta si dimostra capace di incontrare una nuova domanda, di costruire un pubblico essenzialmente locale di fedeli che seguono con interesse le proposte culturali presentate dalle singole istituzioni. Che si tratti di un pubblico in gran parte locale lo mostrano bene i numeri: mentre dal 1997 al 2004 le visite al SMM raddoppiano da 1 a 2 milioni, le presenze turistiche in provincia di Torino fanno segnare +13,5% del 2003 sul 1997 e +11,2% per lo stesso intervallo di tempo rispetto all'intero Piemonte. In termini assoluti si tratta di 422.000 presenze in più per la provincia di Torino (si tenga conto che all'interno vi è anche il comprensorio sciistico della valle di Susa) e di 905.000 presenze in più per il Piemonte⁶. Dunque non è tanto il turismo a spingere verso l'alto la frequenza ai musei; semmai, l'offerta museale è tra le ragioni di un lento ma progressivo aumento dell'utenza turistica e, probabilmente, di una quota non indifferente di visitatori "di giornata" che non pernottano (e non vengono quindi registrati come turisti), la cui presenza via via maggiore è percepibile in città e nei musei. Anche le indagini qualitative svolte in questi anni a più riprese nei musei e nelle sedi espositive mostrano, tuttavia, una forte presenza di pubblico locale, competente, fortemente motivato alla visita, che nel corso dell'anno ritorna più volte nello stesso museo per partecipare alle diverse iniziative che vengono programmate. Per incentivare questo consumo intensivo si è rivelato efficace l'Abbonamento Musei, che consente la libera circolazione in più di cento musei sul territorio regionale, sempre più utilizzato e conosciuto dal pubblico dei fedelissimi di musei e beni culturali.

L'emergere del "sistema"

Le mostre, i dibattiti, le riaperture, l'avvio dei grandi cantieri hanno acceso più volte i riflettori dei media sui beni culturali ed è diventato in questi anni noto, al di là della cerchia ristretta degli operatori e degli appassionati, un nuovo interesse anche economico e strategico nei confronti dei beni culturali. Alcune riaperture, alcune mostre hanno rappresentato eventi importanti non confondibili con la routine e hanno sottolineato e reso evidente la ricchezza della programmazione dell'insieme delle istituzioni. Proprio la programmazione di mostre ed eventi – non di rado con forme più o meno appariscenti di coordinamento tra diverse sedi museali ed espositive – ha fatto emergere un "sistema" di offerta e non solo l'esistenza di una molteplicità di offerte singole, sistema che trova la sua conferma proprio nei titoli di libero accesso come l'Abbonamento Musei e la Carta Musei, che consentono di visitare l'intero panorama museale a costi competitivi e soprattutto con una libertà diversa, con la possibilità di entrare e uscire, di ripartire la visita in momenti diversi. Al di là del contributo diretto in termini di visite che le tessere di libero accesso sono in grado di produrre, uno fra i risultati di maggior importanza è proprio quello di concorrere a far emergere il sistema, di rendere evidente con uno strumento agile e intelligente il livello di coordinamento indispensabile tra i diversi musei che fanno capo a differenti istituzioni pubbliche e private.

Se questi possono essere considerati i principali punti d'appoggio di una strategia complessiva, ai risultati e ai fenomeni prima descritti ha contribuito un insieme di strumenti che possono essere ricondotti a quattro categorie fondamentali illustrate brevemente qui di seguito.

⁶ Fonte: Osservatorio Regionale del Turismo.

1) *L'innovazione nei modelli gestionali*

La ricerca di modelli manageriali che contemperino l'interesse pubblico di musei e beni culturali con la necessaria agilità e autonomia di gestione è una costante che percorre nel corso del tempo la realtà piemontese. Già a partire dagli anni ottanta l'Associazione per il Museo d'Arte Contemporanea di Rivoli vede collaborare Regione, enti locali, istituzioni bancarie – ora fondazioni di origine bancaria – e aziende private, in un modello di gestione fortemente innovativo che prefigura e anticipa la struttura di alcune fondazioni culturali di oggi. Segue la sperimentazione dei musei civici, GAM e Museo d'Antichità trasformati in Istituzione ex lege 142/90, non appena si apre uno spiraglio legislativo, per incrementare l'autonomia di gestione, esperienza che confluisce nell'attuale Fondazione Torino Musei. In ultimo, in ordine di tempo, la recente istituzione della Fondazione per il Museo Egizio che vede cooperare Stato, Regione, Provincia, Città di Torino, Fondazione CRT, Compagnia di San Paolo nel primo caso di applicazione della legge "Bassanini ter" (d.lgs. 112/98), che prevede la possibilità da parte dello Stato di conferire in uso i propri beni culturali e musei ad altre istituzioni capaci di assumerne la gestione secondo un principio di sussidiarietà, ossia di maggior vicinanza all'utenza finale.

2) *La cooperazione interistituzionale*

La Fondazione del Museo Egizio rappresenta l'ultimo caso in ordine cronologico e anche una fra le tappe più importanti nel rinnovamento del SMM, perché investe direttamente il museo più famoso e con maggiori potenzialità di sviluppo a Torino e in Piemonte: l'accordo tra le diverse istituzioni rende possibile avviare un progetto di largo respiro per trasformare completamente il museo sia per ciò che concerne gli spazi, sia nel rapporto di comunicazione con il suo pubblico. Ma la capacità di tessere un fitta cooperazione interistituzionale al di là del colore politico delle diverse amministrazioni è stata la condizione base per avviare il progetto Residenze Sabaude, per ottenere l'ingente finanziamento sui Fondi strutturali per Venaria Reale da parte dell'Unione Europea, per siglare gli Accordi di Programma Quadro tra Stato, Regione, enti locali, Province, fondazioni bancarie, che di fatto garantiscono le risorse necessarie per alimentare finanziariamente una straordinaria stagione di restauri.

3) *L'innovazione nei modelli di fruizione*

Si è già detto in precedenza come i titoli di libero accesso ai musei e beni culturali contribuiscono a far percepire l'emergere di un sistema e a cambiare i modelli di consumo, incentivando a ritornare più volte liberamente nelle stesse sedi, anche solo per una visita parziale ad alcune stanze, anche solo nello spazio di un intervallo pranzo o nel corso di una gita fuori città. Vale la pena, tuttavia, ricordare alcuni elementi quantitativi per evidenziare la performance ottenuta in primo luogo dall'Abbonamento Musei, tessera rivolta soprattutto al pubblico locale, della durata di un anno, a 40 euro di costo⁷, che nel 2004 consentiva l'accesso a 125 musei in regione.

Nel 1998 si vendettero poco meno di 6.000 Abbonamenti, che produssero quasi 23.000 visite: i musei compresi nell'offerta dell'Abbonamento erano 18. Già nel 2001 si vendettero poco meno di 14.000 Abbonamenti che produssero 111.000 visite in 48 musei e beni culturali riuniti nella formula. Nel 2003 gli Abbonamenti venduti sono poco meno di 30.000, le visite 248.000 e nel 2004 vi è un ulteriore incremento delle vendite. Più contenuto l'uso della Torino Card, che consente la libera circolazione nei musei per 48 o 72 ore e si rivolge espressamente a un pubblico di turisti: nel 2004 si sono vendute poco più di 22.000 carte per circa 78.000 visite. Complessivamente le tessere di libero accesso, con più di 297.000 visite, rappresentano circa il 9% del totale in Piemonte⁸.

A una politica attenta a fidelizzare il pubblico adulto si è accompagnata in questi anni un'intensa attività educativa rivolta all'utenza scolastica, da parte di un gran numero di istituzioni museali che hanno messo in campo programmi specifici e attività di laboratorio

⁷ Costo dell'Abbonamento a prezzo intero nel 2004.

⁸ L'Abbonamento Musei è gestito dall'Associazione Torino Città Capitale, che è anche la fonte dei dati qui riportati.

espressamente dedicate alle diverse fasce di studenti della scuola dell'obbligo e superiore. La crescita dell'utenza scolastica e le forme di collaborazione sempre più numerose tra scuola e museo hanno rappresentato un'altra chiave di volta per diffondere la presenza di beni culturali e musei nella quotidianità della vita familiare di molti piemontesi.

4) *Gli standard di qualità*

Nel 2002-2003 l'OCP, su incarico della Regione Piemonte, ha effettuato il Censimento dei Beni Culturali e dei Musei, analizzando 515 beni, tra i quali 310 musei. L'obiettivo consisteva nel restituire un'immagine precisa delle condizioni in cui versavano i musei piemontesi in tutte le loro componenti (dalle risorse alle strutture fisiche, al personale, alle collezioni), per modulare in maniera efficace l'entrata in vigore degli standard di qualità che le Regioni sono tenute a promulgare secondo quanto previsto dall'Atto di Indirizzo Nazionale. Nel 2005 vengono approvati i primi standard regionali, redatti da apposite commissioni in cui hanno collaborato esperti e responsabili dei musei. La scommessa consiste nell'utilizzare gli standard come strumento di programmazione per supportare i musei nel raggiungimento di obiettivi di qualità, nell'avviare un processo di negoziazione degli obiettivi tra istituzioni museali, enti locali, privati e Regione.

La possibilità di connettere il processo di sviluppo di musei e beni culturali a reti e sistemi territorialmente definiti, la possibilità di perseguire contemporaneamente obiettivi di qualità del singolo museo e strategie di sviluppo territoriale con una programmazione capace di tener insieme e modulare efficacemente questa complessità rappresentano una delle sfide e degli investimenti dei prossimi anni: nello stesso momento questa appare anche la via più realistica per garantire nel tempo sostenibilità nei propri *milieux* locali alla pluralità di investimenti che tale politica implica.

4.2 LO SPETTACOLO DAL VIVO IN PIEMONTE

Spettacolo dal vivo: più offerta che domanda

L'analisi dei principali trend che hanno riguardato lo spettacolo dal vivo in Piemonte nel periodo 1998-2003 mette in luce una situazione di non univoca lettura in cui, semplificando, si può affermare che a una dinamicità sul fronte dell'offerta non è corrisposta altrettanta vitalità sul versante della domanda e dei consumi. Il termine spettacolo dal vivo ingloba generi differenti (musica, teatro, danza) che sono stati oggetto, nel periodo considerato, di dinamiche e processi evolutivi alquanto differenziati. Di queste traiettorie, spesso divergenti e ondivaghe, si dirà nel corso del capitolo, ferme restando le analisi e le riflessioni sul comparto nella sua globalità.

Come si evince dalla tabella 18, tra il 1998 e il 2003 in Piemonte il numero delle rappresentazioni è aumentato del 24% (passando da 9.681 a 12.042); si tratta di un aumento sensibile anche se inferiore a quello nazionale (+47% sullo stesso periodo).

Un'analisi puntuale dei diversi generi condotta nel periodo 2000-2004 evidenzia una sostanziale crescita nel numero delle rappresentazioni per quasi tutte le forme di spettacolo, particolarmente sostenuta per il balletto classico e moderno (+84,7%), per la rivista e la commedia musicale (+75,5%) e per l'operetta (+74,5%). Complessivamente, se nel 1998 si registrava una rappresentazione ogni 443 abitanti, il rapporto è sceso nel 2003 a una rappresentazione ogni 351 abitanti.

Se i generi di evasione hanno visto complessivamente un forte incremento in termini di programmazione e offerta, un discorso a parte merita il musical, vero e proprio fenomeno di questo ultimo quinquennio, che sta vivendo un momento di grande euforia e fortuna com-

Tab.18 SPETTACOLO DAL VIVO: PRINCIPALI INDICATORI DELL'OFFERTA E DELLA DOMANDA (1998-2003)

RAPPRESENTAZIONI							VARIAZIONI%		ABITANTI/ RAPPRESENTAZIONE	
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	1998-2003	2000-2003	2003	1998
	Torino	3.691	3.397	3.636	4.366	4.760	4.900	32,8	34,8	176
Piemonte	9.681	9.327	8.584	11.244	11.522	12.042	24,4	40,3	351	443
Italia	125.371	123.610	124.915	149.135	169.476	184.754	47,4	47,9	310	459

BIGLIETTI VENDUTI							VARIAZIONI%		BIGLIETTI/ ABITANTE	
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	1998-2003	2000-2003	2003	1998
	Torino	1.109.028	1.209.334	931.608	1.032.265	1.003.490	895.174	-19,3	-3,9	1,04
Piemonte	2.245.208	2.357.256	1.976.930	2.103.373	2.079.764	2.001.545	-10,9	1,2	0,47	0,52
Italia	30.832.235	32.264.214	28.874.894	27.180.839	27.877.706	27.484.115	-10,9	-4,8	0,48	0,54

SPESA DEL PUBBLICO (INCASSI) IN EURO							VARIAZIONI%		SPESA/ ABITANTE	
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	1998-2003	2000-2003	2003	1998
	Torino	16.514.053	18.801.622	14.294.606	21.903.775	17.093.898	15.428.108	-6,6	7,9	17,91
Piemonte	26.069.978	28.516.424	23.699.261	31.705.453	27.472.083	26.281.149	0,8	10,9	6,21	6,07
Italia	371.983.881	402.235.071	400.432.503	409.602.433	458.327.798	462.478.894	24,3	15,5	8,07	6,46

Fonte: SIAE

merciale e le cui oscillazioni tra una stagione e l'altra (dettate dal maggiore o minore successo di poche grandi superproduzioni) sono in grado di influenzare le dimensioni complessive della domanda.

Domanda e partecipazione culturale

Per quanto riguarda il numero di biglietti venduti in Piemonte, il periodo 1998-2003 fa registrare un andamento in controtendenza rispetto all'offerta: si passa infatti dai 2.245.000 biglietti venduti nel 1998 ai 2 milioni circa del 2003 (-10,9%, in linea con il valore medio nazionale). Il numero di biglietti per rappresentazione scende infatti dai 232 del 1998 ai 166 nel 2003. Il numero di biglietti venduti per abitante passa dallo 0,52 del 1998 allo 0,47 del 2003.

Se misurata a euro correnti, la spesa rimane sostanzialmente stabile intorno ai 26 milioni di euro; se però si effettua il confronto 1998-2003 a euro costanti si registra una diminuzione della spesa pari al 10,2%. Come è ovvio attendersi, nel capoluogo i consumi pro capite sono più elevati rispetto agli altri centri urbani, ma nel periodo 1998-2003 si è passati da 1,21 biglietti venduti per abitante a 1,04.

Un'indicazione del livello e dell'evoluzione della partecipazione dei residenti in Piemonte a concerti e spettacoli dal vivo viene fornito dall'ISTAT attraverso le statistiche relative alle persone sopra i sei anni che negli ultimi 12 mesi hanno preso parte ad almeno un'iniziativa di carattere culturale. Il confronto dei dati, tra il 1993 e il 2002, mette in evidenza le seguenti tendenze: i livelli di partecipazione media, sia in Italia sia in Piemonte, rimangono sostanzialmente modesti e il Piemonte presenta un grado di partecipazione più basso rispetto al Nord Italia, in particolare per la musica classica e il teatro. Per quanto riguarda la musica classica, se è vero che nell'ultimo decennio il tasso di partecipazione è leggermente aumentato passando dal 7,1% all'8,4%, bisogna ricordare che nel 2002 il tasso di partecipazione del Nord Italia era pari al 10,1%. Un discorso analogo vale per il teatro: tra il 1993 e il 2002 il numero di persone che hanno visto almeno uno spettacolo in un anno è passato dal 14,4% al 17,1%, inferiore comunque al dato del Nord Italia, pari al 20,8%.

Lo spettacolo dal vivo a Torino

Per quanto riguarda il capoluogo regionale, si rinvengono le principali tendenze osservate a livello regionale, semmai con una maggiore accentuazione nella portata dei cambiamenti che stanno contraddistinguendo lo spettacolo dal vivo. Tra il 1998 e il 2002 a Torino l'offerta è aumentata più che nel resto del Piemonte e la domanda sembra aver ricevuto un contraccolpo ancora più vigoroso rispetto al dato regionale. È tipico dei grandi centri urbani avere comportamenti di avanguardia e in qualche modo anticipatori rispetto a fenomeni che si estenderanno poi al resto del tessuto sociale. Torino è la terza città in Italia (dopo Genova e Venezia) per incremento nel numero delle rappresentazioni (+34,8%) negli ultimi quattro anni, ma tra il 1998 e il 2003 il numero dei biglietti venduti è diminuito di quasi il 20%, rispetto al 10,9% del dato regionale.

Anche i dati sulla spesa per l'acquisto di biglietti da parte dei cittadini non appaiono molto confortanti: Torino, insieme a Genova, è l'unica delle grandi città italiane che nel periodo 1998-2003 ha visto diminuire a valori correnti la spesa per lo spettacolo dal vivo (dai 16,5 milioni di euro del 1998 ai 15,5 milioni di euro del 2003, -6,6%). Una possibile spiegazione di questo andamento potrebbe risiedere nella difficoltà della piazza torinese di far parte dei circuiti sia dei grandi eventi e concerti di musica leggera, che attraggono grandi masse di pubblico con i conseguenti problemi di collocazione in strutture sufficientemente capienti, sia dei concerti di medie dimensioni che non trovano a Torino spazi adeguati.

Per quanto riguarda i diversi generi di spettacolo, il balletto, il jazz e il recital letterario hanno più che raddoppiato il numero delle rappresentazioni nel capoluogo. Relativamente alla domanda, negli ultimi quattro anni i generi più dinamici per crescita e per oscillazione tra le stagioni sono stati l'operetta, il recital e il balletto, mentre la prosa e la classica sono i generi che fanno registrare le oscillazioni minori tra una stagione e l'altra e una leggera ma costante diminuzione nel numero di biglietti venduti (rispettivamente -7,7% e -9,9%). Per quanto riguarda la musica leggera, gli ultimi quattro anni hanno fatto registrare un'erosione della domanda del 20% circa.

La stagione dei festival in Piemonte

Un discorso a parte meritano i festival, che nel periodo considerato hanno registrato una vitalità e uno sviluppo senza precedenti. Dal 1997 al 2003 i festival censiti dall'OCP sono praticamente raddoppiati, passando da 48 a 94. Si tratta di numeri che comunque non tengono conto delle molte manifestazioni e rassegne, spesso di piccole e piccolissime dimensioni, che concorrono a comporre un quadro estremamente vario per tipologia e per periodo di svolgimento, restituendo l'immagine di un'offerta ricca, capillarmente distribuita, in grado di innervare anche i territori della regione a minore densità abitativa. Il sempre maggiore interesse per i festival da parte degli operatori culturali e dei *policy maker* si deve inquadrare in un processo più vasto e globale che è oggetto di attenta valutazione e va sotto il nome di *festivalisation*. La formula festival appare vincente per una serie di motivazioni politiche, artistiche ed economiche sia nei contesti urbani e metropolitani (si pensi ai grandi festival fiore all'occhiello delle strategie di marketing urbano delle metropoli), sia in contesti rurali o non urbani (si pensi alle molte iniziative e rassegne che nascono come volontà di radicare una comunità in un territorio o di caratterizzarla rispetto a uno specifico aspetto culturale, di rafforzare, ripristinare o costruire ex novo identità e *genius loci*). In Piemonte sembra rintracciarsi un tratto di originalità soprattutto per la funzione e il ruolo che i festival stanno guadagnando come soggetti in grado di catalizzare processi di sviluppo locale, di promozione turistica del territorio, di attivazione di risorse del patrimonio culturale. Le iniziative del circuito di festival "Piemonte dal Vivo", così come altre diverse proposte, si muovono nella direzione di rafforzare il connubio tra patrimonio, beni culturali e attività artistiche, fornendo occasioni e stimoli nuovi per conoscere le emergenze storico-artistiche del territorio e per "riportare in vita" beni culturali di recente riapertura o restauro. Per quanto concerne la dimensione economica del settore si è passati dagli 8,2 milioni di euro del 1998 ai circa 13 milioni di euro del 2003⁹.

Occorre altresì segnalare l'importanza di alcuni circuiti come Piemonte in Musica e Teatro Ragazzi e Giovani Piemonte che negli anni hanno visto incrementata la loro presenza su tutto il territorio regionale: la programmazione di spettacoli di Piemonte in Musica è passata dai 610 concerti del 2000 agli oltre 800 del 2004.

⁹ Valori stimati. Fonte: OCP.

4.3 IL CINEMA IN PIEMONTE

I cambiamenti e la modernizzazione del settore dell'esercizio

Il cinema in Piemonte negli ultimi anni ha vissuto una profonda trasformazione, soprattutto per quanto concerne la modernizzazione delle strutture e la composizione del settore dell'esercizio. Sotto l'impulso di cambiamenti normativi¹⁰ e di politiche di investimento di respiro nazionale è cresciuto sensibilmente il numero degli schermi; la diffusione di multisale e di multiplex ha letteralmente cambiato la geografia della distribuzione e spesso alterato i rapporti tra "centro" e "periferia" sia in termini di offerta sia in termini di domanda. Si tratta di una trasformazione ancora in corso e i cui esiti si potranno valutare solo nei prossimi anni.

Alcuni dati dimostrano quanto sia stato dirompente per l'esercizio tradizionale l'ingresso sul mercato delle nuove strutture: se nel 1998 le monosale producevano il 61% delle presenze cinematografiche (e il restante 39% riguardava le multisale), nel 2004 solo il 16% delle presenze era concentrato in monosale, mentre il 43% riguardava multisale e il 40% complessi multiplex¹¹. Un discorso analogo vale per la presenza di strutture sul territorio regionale: nel 1997 le monosale rappresentavano il 57% degli schermi complessivi, percentuale che è scesa al 25% nel 2004. Attualmente il Piemonte è la terza regione per numero di multiplex dopo Lombardia ed Emilia-Romagna.

La domanda di cinema: siamo a bordo del Titanic?

Se si considerano i biglietti venduti nel periodo 1998-2003, a livello regionale si legge una diminuzione dell'11,3% che rispecchia il trend a livello nazionale (-11,4%). Bisogna comunque tenere conto che il 1998 è stato un anno anomalo a causa dell'"effetto Titanic", grandissimo successo commerciale che da solo ha fatto lievitare la domanda complessiva. Nell'insieme emerge una situazione caratterizzata da forti oscillazioni fra le stagioni, con un numero di biglietti venduti che in Piemonte varia tra gli 8 milioni e i 9,7 milioni (tab. 19); le performance annue sembrano influenzate dal maggiore o minore successo di programmazione di film stranieri e italiani che non da una maggiore disponibilità di sale e da un miglioramento delle condizioni di accessibilità al prodotto.

Relativamente agli incassi del comparto, tra il 1998 e il 2003 a livello regionale si è registrato un aumento a prezzi correnti del 4,5%, con oscillazioni comprese tra 40 e 50 milioni di euro.

L'aumento considerevole degli schermi e dei giorni di programmazione, a fronte di una domanda tutto sommato stabile, ha avuto ripercussioni negative sulle performance dei singoli esercizi: l'incasso medio annuo per sala è passato dai 325.000 euro del 1998 ai 182.000 euro del 2004¹².

¹⁰ L'esercizio cinematografico è stato oggetto di particolare attenzione normativa: la semplificazione delle procedure per l'apertura di nuove sale cinematografiche (d.lgs 112/98) e la riduzione del controllo degli organismi pubblici centrali ha portato a una liberalizzazione del settore.

¹¹ Fonte: dati AGIS-Cinetel.

¹² Fonte: dati OCP.

Tab.19 NUMERO DI BIGLIETTI VENDUTI PER IL CINEMA A TORINO, IN PIEMONTE E ITALIA (1998-2003)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	VARIAZIONE % 1998-2003
Torino	3.659.555	3.225.326	3.217.144	3.268.514	3.345.420	3.397.487	-7,2
Piemonte	9.421.999	8.740.148	8.048.968	9.771.787	9.090.187	8.360.175	-11,3
Italia	118.504.204	103.483.150	100.911.219	109.969.494	111.493.028	105.030.086	-11,4

Fonte: SIAE

Torino e la settimana arte

Durante l'ultimo quinquennio Torino è stata protagonista di alcuni fenomeni particolarmente rilevanti per quanto riguarda la filiera cinematografica, anche se di non semplice interpretazione, soprattutto laddove si vogliono isolare gli elementi di tipicità e di unicità di una città che sta rielaborando una propria identità e un proprio posizionamento strategico da fattori che rispondono a logiche e fenomeni globali comuni a tutti i grandi centri metropolitani. Torino si sta sempre più connotando come "città del cinema" e in questa prospettiva devono leggersi l'apertura nel 2000 del Museo Nazionale del Cinema alla Mole, la riapertura del cinema Massimo, la nascita di nuovi festival cinematografici¹³, il ruolo della Film Commission nel promuovere Torino e il Piemonte come location per produzioni cinematografiche e televisive. A tale vivacità in tutto ciò che ruota intorno alla settimana arte si è accompagnata una profonda trasformazione per quanto riguarda la struttura dell'esercizio nell'area urbana e suburbana. Torino, tra le grandi città, è il capoluogo che negli ultimi anni ha fatto registrare l'incremento maggiore nel numero di schermi: dai 38 di inizio 1998 ai 72 di inizio 2004 (+90%). In una prima fase l'aumento è stato causato, in massima parte, dalla ristrutturazione di sale già esistenti (con un processo di trasformazione di monosale in multisale all'interno dello stesso contenitore); successivamente, a partire dal 2002, sono stati inaugurati nuovi centri multiplex sul territorio cittadino. Il rapporto tra popolazione residente e schermi in sette anni si è pressoché dimezzato (dai 23.700 abitanti per schermo del 1997 agli 11.900 del 2003), ma il numero di biglietti venduti è rimasto pressoché costante (intorno ai 3,6 milioni di biglietti, circa 3,9 biglietti annui per residente). Sono dati che evidentemente devono far riflettere sulle reali capacità del bacino di utenza locale di sostenere un sistema di offerta che si è in tutti i sensi ingigantito.

Situazioni di cambiamento radicale della struttura dell'esercizio si riscontrano anche in altri centri del territorio regionale: si pensi ad alcuni capoluoghi come Cuneo, Alessandria e Novara, che negli ultimi anni hanno visto chiudere molte sale storiche del centro in quanto non in grado di reggere la concorrenza di multisale e multiplex localizzati nelle vicinanze.

¹³ Sono cinque i principali festival cinematografici che hanno luogo a Torino: Festival Internazionale Cinema delle Donne, Festival Internazionale di Film con Tematiche Omosessuali, Cinemambiente, Torino Film Festival, Sottodiciotto Film Festival.

4.4 LE BIBLIOTECHE IN PIEMONTE

Sono più di 1.000 le biblioteche presenti in Piemonte¹⁴, pari all'8,1% di tutte le biblioteche censite a livello nazionale e al 15,7% di quelle presenti nel Nord Italia. Per quanto riguarda la tipologia amministrativa, la categoria prevalente è quella degli enti locali: più precisamente le biblioteche civiche sono 620 (il 60,5% del totale regionale). In termini di incidenza percentuale sul totale si segnalano poi le biblioteche universitarie (8,8%), le biblioteche degli enti culturali (8,6%) e quelle ecclesiastiche (7,3%). Relativamente alla consistenza del patrimonio librario, il 59,4% delle biblioteche piemontesi ha una dotazione inferiore ai 5.000 volumi, il 14,8% ha una dotazione compresa tra 5.000 e 10.000 volumi, il 23,2% una dotazione compresa tra 10.000 e 100.000 volumi, mentre solo il 2,5% delle biblioteche censite in Piemonte ha una consistenza del patrimonio librario superiore a 100.000 volumi.

Analizzando le biblioteche civiche piemontesi in quanto categoria numericamente più consistente e maggiormente presente su tutto il territorio regionale emerge come la maggiore incidenza numerica riguardi la provincia di Torino con 208 biblioteche (33,7% del totale), seguita dalle province di Cuneo (119 biblioteche, 19,3%), Alessandria (96 biblioteche, 15,6%) e Novara (56 biblioteche, 9,1%). In termini di consistenza del patrimonio librario, nel 2003 sono 6.636.889 i volumi delle biblioteche civiche piemontesi, con un indice di dotazione libraria pari a 1,59¹⁵.

Secondo i dati forniti dal Settore Biblioteche, Archivi e Istituti Culturali della Regione Piemonte la spesa dei Comuni¹⁶ che hanno richiesto contributi per l'acquisto di nuovi volumi nel periodo 1999-2004 risulta in aumento del 4%, a fronte di un aumento del 14% del numero di Comuni richiedenti: erano 268 nel 1999 per una spesa complessiva di 814.237 euro, passati a 305 per una spesa di 845.306 euro nel 2004. La spesa per abitante per l'acquisto di materiale librario è andata aumentando dai 50 centesimi di euro del 1999 ai 75 del 2004. I contributi regionali erogati hanno subito un notevole incremento passando dai 255.440 euro del 1999 a 383.100 euro del 2004, pari a un aumento del 50%. L'incidenza del contributo regionale sul totale della spesa dei Comuni è dunque passato da un minimo del 29% del 2000 al 45% del 2004, con il conseguente incremento del contributo pro capite passato dai 21 centesimi di euro del 1999 ai 41 centesimi del 2004. I sistemi bibliotecari che maggiormente hanno usufruito di contributi regionali sono quelli di Ivrea, Pinerolo e Fossano, in quanto più rilevanti per numero di biblioteche aderenti e di abitanti.

Complessivamente, i contributi erogati dal Settore Biblioteche della Regione Piemonte sono passati dagli 11 milioni di euro del 1999 ai 10,6 del 2004, con un significativo picco nel 2002, con oltre 15 milioni di euro. Le province che hanno beneficiato maggiormente dei contributi negli anni sono quelle di Torino, Cuneo e Alessandria, dove gli investimenti per interventi edilizi risultano particolarmente significativi.

¹⁴ Dato ISTAT riferito al 2002.

¹⁵ L'indice di dotazione libraria è dato dal rapporto tra volumi e popolazione e serve a verificare l'adeguatezza del fondo della biblioteca in proporzione alla popolazione.

¹⁶ Non vengono qui contemplati i centri rete e le biblioteche/archivi delle amministrazioni comunali che non hanno fatto espressamente richiesta di contributi regionali. Nello specifico le biblioteche civiche analizzate sono 295.

4.5 LA SPESA PER LA CULTURA: BILANCIO DI UN QUINQUENNIO

Complessivamente, la spesa per la cultura in Piemonte mostra un sensibile trend di crescita tra il 1998 e il 2003.

Il totale della spesa pubblica per la cultura nel suo insieme – attività e beni culturali – sale dai 226 milioni del 1998 ai 293 milioni di euro nel 2003, con un incremento del 29% che si ridimensiona al 15% se il conto viene effettuato non in euro correnti, ma in valori costanti al 2003. A questa dinamica si devono aggiungere le risorse che provengono dal settore privato, principalmente dalle fondazioni di origine bancaria¹⁷ e dalle Consulte che raggruppano le imprese impegnate a finanziare collettivamente opere di restauro. Qui la dinamica di crescita è notevole, trascinata dalle due maggiori fondazioni di origine bancaria e dal completamento del processo di privatizzazione degli istituti bancari: da oltre 28 milioni di euro del 1998 a poco più di 66,8 milioni di euro del 2003, con un aumento in termini assoluti del 135% che in euro costanti al 2003 si attesta al 109%. Si prevede che la spesa delle fondazioni di origine bancaria si attesti sui livelli attuali per i prossimi anni.

Il totale delle risorse pubbliche e private per la cultura passa quindi dai 254,6 milioni del 1998 ai 360 del 2003, con un incremento pari al 41%, che si riduce al 26% se conteggiato in euro costanti.

Tuttavia, le dinamiche dei vari attori istituzionali assumono trend differenti. La spesa dello Stato si contrae in questo periodo, passando dai 54,2 milioni del 1998 ai 45,3 del 2003, che in euro costanti significa una riduzione del 25,5% circa. Diminuiscono i fondi per le Soprintendenze e per gli Archivi di Stato; in lieve flessione anche i fondi derivati dal gioco del Lotto, mentre aumenta di quasi il 7,2% in euro costanti il Fondo Unico dello Spettacolo, che passa dai 21,9 milioni del 1988 ai 26,4 del 2003.

La contrazione dei fondi statali è compensata da una spesa regionale in aumento, con una variazione tra i 67 milioni del 1998 e gli 88 del 2003. Mentre la Direzione Beni Culturali si attesta sui 54 milioni di euro nel 2003 (un valore di poco superiore a euro costanti al 1998), ma con picchi di 57 e 56 milioni nel 2001 e nel 2002, la Direzione Promozione delle Attività Culturali cresce costantemente dai 20,6 milioni del 1998 ai 34,4 del 2003, con un aumento, a euro costanti, che sfiora il 48%.

Per quanto riguarda la spesa per la cultura – beni culturali, archivi, biblioteche e attività culturali – delle Province e dei 46 Comuni piemontesi con popolazione superiore ai 15.000 abitanti, si passa dai 104,8 milioni di euro del 1998 ai 160 del 2003, con un incremento del 52% che in euro costanti si assesta sul 35%.

In termini di trend della spesa complessiva, la maggior dinamica di crescita sembra riguardare il periodo 1998-2001, mentre 2002 e 2003 mostrano un rallentamento complessivo della crescita.

Questo rallentamento della crescita – dovuto a motivi differenziati, come la contrazione delle risorse statali, il minor slancio delle istituzioni locali e l'assessamento della spesa delle fondazioni di origine bancaria – va tuttavia sottolineato: sembrerebbe raggiunta la soglia oltre la quale probabilmente si manterranno valori “di crociera”, con eventuali oscillazioni causate dal ciclo economico generale.

È da evidenziare che il dato complessivo di 360 milioni di euro per la cultura nel 2003 è fortemente sottostimato poiché non comprende tutti gli investimenti che pure si riversano su beni culturali e musei ma vengono erogati da assessorati diversi da quello alla cultura: buona parte di tali investimenti figura sui capitoli dei lavori pubblici e dell'edilizia pubblica e non transita affatto attraverso gli assessorati alla cultura. Sono escluse da queste cifre, inoltre – sempre per la stessa ragione – ingenti risorse come quelle destinate alla Venaria Reale e alla Mandria e alle opere complementari per la fruizione del complesso, così come innumerevoli altre operazioni di restauro in regione. Non è conteggiata, inoltre, la spesa dei cittadini per usufruire dei musei, dei beni e delle altre attività culturali. Si può dire dunque, che la spesa

¹⁷ Sono dodici le fondazioni di origine bancaria presenti in Piemonte: Compagnia di San Paolo, Fondazione Cassa di Risparmio di Torino, Asti, Alessandria, Biella, Bra, Cuneo, Fossano, Saluzzo, Savigliano, Tortona, Vercelli.

complessiva di 360 milioni nel 2003 rappresenta esclusivamente il nocciolo duro delle risorse direttamente erogate dai principali attori istituzionali pubblici e privati per la cultura, ed è per questo che il rallentamento della crescita della spesa dev'essere considerato come un segnale da valutare attentamente. La grande stagione di restauri e di riallestimenti, infatti, non è ancora terminata e il circuito delle Residenze Sabaude non ha ancora espresso la sua potenzialità. Al contempo, man mano che nuovi musei e nuovi beni culturali aprono al pubblico, cresce l'esigenza di risorse correnti per finanziare le attività che in quei beni e in quei musei devono prendere posto e cresce, di pari passo, l'esigenza di una maggiore attività di produzione culturale e spettacolo per animare castelli, ville e dimore storiche, per accendere l'attenzione del pubblico su queste risorse ritrovate. Si pone, dunque, un problema di sostenibilità di questa dinamica, anche sul piano della spesa corrente, per poter completare e "lanciare" tutto il complesso degli investimenti effettuati negli ultimi dieci anni con la dovuta forza, in modo tale da garantire un nuovo posizionamento di Torino e del Piemonte nelle geografie culturali europee e cogliere appieno tutte le potenzialità costruite. Nel successo di tale operazione risiede anche la possibilità di accedere a una diversa soglia di risorse per la cultura, proporzionale al ruolo di attrazione e di sviluppo del territorio che sarà in grado di svolgere. Al contrario, sarebbe difficile gestire una progressiva contrazione di risorse proprio nel momento in cui gli investimenti giungono al punto di poter essere valorizzati; una contrazione della spesa corrente necessaria alla loro gestione potrebbe far perdere non poche opportunità. Si pone in questi termini per i prossimi anni il problema di una strategia che sappia destinare in modo mirato ed efficace le risorse disponibili e metta al centro dell'attenzione il tema della sostenibilità di attività e beni culturali, promuovendo un allargamento degli attori sociali e un maggior coinvolgimento delle comunità locali nel contribuire a sostenere lo sforzo per la produzione, la fruizione e l'accessibilità culturale del territorio regionale.

4.6 L'OCCUPAZIONE IN PIEMONTE

Arrivare a una quantificazione puntuale ed esaustiva dell'occupazione culturale e realizzare confronti significativi su periodi temporali di un certo respiro è operazione piuttosto complessa, *in primis* per motivi di natura definitoria. Le stime occupazionali realizzate dall'OCP negli anni sulle diverse filiere produttive consentono di tracciare alcune tendenze di fondo, di definire la portata di alcuni spostamenti di risorse umane e competenze fra settori. Bisogna comunque tenere conto del fatto che i cambiamenti nel mercato del lavoro avvenuti nell'ultimo quinquennio e l'imporsi di nuovi modelli gestionali e di *governance* in alcuni comparti (si pensi, per esempio, nell'ambito dei musei e dei beni culturali, alla nascita di nuovi servizi legati all'accoglienza e all'assistenza e alla loro progressiva esternalizzazione) impongono cautela nell'interpretare gli scostamenti tra le grandezze e soprattutto richiedono un "salto di scala" nell'inquadrare fenomeni quali le trasformazioni produttive e distributive nelle filiere del settore editoriale e audiovisivo, che rispondono a dinamiche e sollecitazioni "globali" e internazionali e che mal si prestano ad analisi e valutazioni di livello regionale.

Se si considerano i valori forniti dall'Eurostat¹⁸ e dall'ISTAT¹⁹, l'incidenza degli occupati nel settore culturale varia tra il 2,2% e il 2,4% della forza lavoro complessiva, il che consente di stimare in 40-45.000 gli occupati a diverso titolo nel macrosettore cultura in Piemonte.

Rispetto ai diversi ambiti tradizionalmente intesi come culturali, l'OCP analizza solo alcuni settori: in particolare vengono stimate le forze lavoro dello spettacolo dal vivo, dell'editoria libraria, della produzione audiovisiva, dei musei, delle biblioteche e degli archivi. Complessivamente le forze lavoro rilevate dall'OCP in questi settori oscillano tra le 7.500 e le 8.000 unità.

Analizzando le serie storiche dei diversi comparti emergono alcuni dati di tendenza che vale la pena esplicitare:

- Una progressiva riduzione di forze lavoro nel settore dell'editoria. Dal 1997 al 2003 le stime OCP indicano una perdita in termini occupazionali di più del 25% (dalle circa 3.500 unità del 1997 alle 2.570 del 2003). L'impatto delle nuove tecnologie sui processi produttivi, l'esternalizzazione di alcune funzioni e competenze che fino a qualche anno fa rimanevano interne alle case editrici, le fusioni di grandi gruppi multinazionali sono tra le cause principali di questa progressiva riduzione e "migrazione" di forza lavoro dal settore editoriale.
- Un aumento di occupati nel settore della produzione audiovisiva, il cui numero in Piemonte si è assestato intorno alle 825 unità nel 2003 (erano meno di 600 nel 1997). Gli andamenti e le oscillazioni tra gli anni sembrano fortemente influenzati dalle performance del primo soggetto economico del settore (il cui fatturato è pari al 59% del fatturato complessivo nel 2003).
- L'importanza del lavoro volontario nel settore dei musei e dei beni culturali: una parte consistente degli addetti (71%) che lavorano nei musei non viene retribuita; si tratta, nella maggioranza dei casi, di volontari che pur rivestendo mansioni non specializzate garantiscono alcune funzioni di base dell'attività dei musei come l'accoglienza, l'ausilio alla visita, la custodia. In base ai dati del Censimento dei musei e dei beni culturali del 2002 sono circa 1.130 le persone stabilmente occupate e retribuite nel settore museale.
- Un aumento sensibile delle forze lavoro occupate nel settore delle attività culturali (musica, teatro, danza), passate da circa 900 unità nel 1997 a 1.450 unità nel 2003.

¹⁸ Fonte: Eurostat, *Labour Force Survey*, 2003.

¹⁹ ISTAT, *Rilevazione forze lavoro*, 1999.

4.7 LE INDUSTRIE CULTURALI

Editoria e produzione audiovisiva: le dinamiche dell'industria culturale in Piemonte

Gli ultimi anni sono stati caratterizzati da profonde trasformazioni indotte dai fenomeni di globalizzazione e dall'accelerazione delle innovazioni tecnologiche nel settore della comunicazione. Tali processi non hanno mancato di far sentire i loro effetti sulla strutturazione dell'industria culturale, anche se per i non addetti ai lavori tutto ciò può sembrare un fenomeno "carsico" e poco appariscente, al di fuori della musica che vede il diffondersi degli I-Pod e l'affermarsi della rete come canale privilegiato di distribuzione. Per il resto, il libro resiste nel suo supporto tradizionale – la carta – il DVD sostituisce poco per volta le videocassette, ma il processo di trasformazione non appare in tutta la sua dimensione.

L'arco di tempo dal 1997 al 2003 consente una visione prospettica già interessante per apprezzare cosa ciò abbia significato anche nel contesto regionale del Piemonte.

L'editoria libraria e multimediale

Il Piemonte si colloca al secondo posto tra le regioni italiane, dopo la Lombardia, sia per numero di titoli prodotti sia per quantità di copie stampate. Una presenza d'eccellenza nel settore editoriale è in qualche modo una caratteristica storica del Piemonte e di Torino, sedi di grandi gruppi editoriali a livello nazionale come De Agostini, UTET, Einaudi, ma anche di un nutrito gruppo di editori di media grandezza molto presenti sul mercato nazionale della narrativa, della saggistica, della scolastica: Lattes, Loescher, Bollati Boringhieri, Piemme, solo per citare alcuni nomi.

Nel 1997 l'OCP censì 179 editori²⁰ con un fatturato complessivo di circa 858 milioni di euro e circa 3.500 addetti. Nel corso degli anni successivi si assiste a oscillazioni di segno nei fatturati globali: -3,8% il 1998 rispetto al 1997, praticamente stabile il 1999 rispetto al 1998, +4,1% il 2000 sull'anno precedente, di nuovo in contrazione (sui valori del 1999) il 2001, e ancora in calo (-3,8%) il 2002 rispetto al 2001; gli 860 milioni di euro del 2003 segnano di fatto uno 0,2% in più rispetto al 1997, in valori correnti. Se invece si considerano i valori in euro costanti al 2003, allora la contrazione si colloca attorno al 12,4%. Su questi ordini, 27%, è anche la diminuzione del personale, stimato attorno alle 2.570 unità per il 2003 contro i 3.500 del 1997.

Dietro queste cifre si articolano fenomeni assai più complessi della flessione o del ridimensionamento di un comparto produttivo. Le nuove tecnologie e il desktop publishing hanno rivoluzionato profondamente i mestieri dell'editoria e l'impiego della forza lavoro: le case editrici hanno esternalizzato buona parte del lavoro e delle competenze, sostituendo addetti con professionisti free lance o società di servizi editoriali al di fuori dell'azienda, dotati di tutte le tecnologie necessarie per la produzione editoriale. Ciò ha consentito di ridurre il personale a un nucleo sempre più ristretto all'interno delle case editrici e ha creato uno strato di professionisti semi-indipendenti al servizio di diversi editori, ma anche impegnati in operazioni in proprio. È stato in questo "brodo di cultura" che negli anni scorsi si è manifestata una natalità forte di nuovi editori che ha compensato la pur alta mortalità aziendale interna al settore. Negli ultimi due anni sembra rallentare anche questa natalità, mentre le aziende di più piccole dimensioni, oltre a cimentarsi nella tradizionale carta stampata, tentano strade alternative connesse alla diffusione di contenuti in rete, al web design, alla gestione di servizi Internet.

Nello stesso arco di tempo si è accelerato il processo di fusione e di ristrutturazione finanziaria dell'intero settore editoriale, con operazioni di acquisizione e assorbimento di grande por-

²⁰ L'OCP censisce solo gli editori di editoria libraria con un catalogo di almeno cinque libri: non sono considerate quindi l'editoria periodica e la produzione editoriale che documenta esclusivamente l'attività di enti, associazioni o istituzioni.

tata: De Agostini, UTET e Piemme fanno ormai parte dello stesso colosso multinazionale, Einaudi è controllata da Mondadori e molte altre case storiche, pur sopravvivendo come marchio, sono state acquisite da altri gruppi. La produzione editoriale si de-localizza e si de-territorializza, le scelte vengono assunte nelle holding di multinazionali presenti nelle principali attività industriali e non solo nell'editoria, fino a porre in questione la possibilità di considerare i grandi gruppi editoriali e molti editori, controllati e acquisiti, come "appartenenti" a un territorio, a una economia regionale.

È forte e vitale in Piemonte, tuttavia, un nucleo di editori di medie dimensioni, con alcune presenze significative nell'editoria scolastica e nella distribuzione nazionale, che mostrano performance interessanti anche dal punto di vista del fatturato e si situano in controtendenza rispetto alle dinamiche complessive, fortemente influenzate dai processi di fusione in corso. A fianco dei grandi gruppi, inoltre, si evidenzia una fascia di editori piccoli e piccolissimi che occupano diverse nicchie di mercato: dall'editoria d'arte all'editoria su temi di storia, geografia e tradizione locale, fino a un artigianato tecnologico impegnato a sperimentare la diffusione delle attività sul web e a far confluire contenuti su diversi supporti.

Si assiste, dunque, a una dinamica complicata che intreccia le grandi trasformazioni della globalizzazione e dell'internalizzazione del capitale finanziario con una nuova vitalità dell'artigianato locale, tecnologico e no.

Tra le innovazioni che hanno caratterizzato l'ultimo periodo non si può non ricordare il fenomeno dei libri in edicola abbinati ai quotidiani, che ha rivoluzionato il sistema della distribuzione, allargando la fascia degli acquirenti di libri: si stimano a livello nazionale 100 milioni di libri venduti nel 2002 nei canali tradizionali e 44 milioni in edicola²¹. La competitività per profittare di questi canali di vendita s'innalza e non mancherà di far valere i suoi effetti sulla struttura produttiva editoriale anche in Piemonte, oltre a rivoluzionare tutta la filiera a valle della produzione, coinvolgendo in primo luogo le librerie.

Dunque, un insieme di processi articolati che attraversano tutta la filiera, tutto il sistema di intermediazione dei contenuti tra autore e utente, che viene profondamente sollecitato da dinamiche impetuose, ma che a dispetto di molta futurologia sulla fine del libro stampato e a favore dell'e-book, della lettura in rete e di altre innovazioni, mantiene la centralità del libro sul suo più antico supporto cartaceo. Diviene sempre più difficile dipanare i processi dell'industria editoriale, si erode sempre più la figura dell'editore puro a favore di gruppi multinazionali e di una pluralità di modalità di produzione che prevedono la presenza di molteplici tecnologie, ma il libro resta ancora un prodotto chiaramente individuabile e centrale nella filiera editoriale. Può essere, quindi, che in futuro sia sempre più difficile definire l'attività dell'editore e che divenga più significativo tracciare il prodotto libro, dalla sua fase di produzione ideativa verso quella editoriale-industriale, fino all'incontro con l'utente finale.

La produzione audiovisiva

Dal 1997 al 2003 vi è stato nel settore della produzione audiovisiva un deciso progresso in termini di fatturati e addetti: dai quasi 93 milioni di euro del 1997 ai 186 del 2003; dai 570 addetti ai poco più di 800 del 2003.

In realtà il dato aggregato non coglie pienamente i processi in atto: una sola azienda, Euphon, concentra più della metà del fatturato e un peso analogo in termini di addetti. È chiaro come le alterne vicende dell'azienda leader incidano pesantemente su tutto il comparto: il calo di fatturato complessivo da 211 milioni del 2001 a 189 milioni del 2002 e il modesto aumento di addetti sono fenomeni entrambi attribuibili in gran parte alla contrazione di bilancio dell'azienda principale e all'acquisizione da parte di quest'ultima di un'altra azienda, fatto che fa registrare l'aumento di personale.

Se si eccettua l'azienda leader, emerge un gruppo di 11 aziende con bilanci al di sopra di un milione di euro e una dimensione complessiva di oltre 67 milioni di euro nel 2003, una

²¹ Fonte: Ufficio Studi AIE.

seconda fascia composta da sette aziende con bilanci tra 500.000 e 1 milione di euro, e una fascia di 18-20 aziende di piccolissime dimensioni.

Le trasformazioni dal 1997 a oggi sono state importanti: se fino a qualche anno fa il video istituzionale per le aziende e la produzione pubblicitaria risultavano centrali, oggi proprio la crisi del settore pubblicitario impone di trovare mercati alternativi e di ristrutturare la presenza produttiva. Oltre alle produzioni cinematografiche, di *soap opera* e sceneggiati tv, è in atto un processo di differenziazione e di sperimentazione all'interno della filiera della comunicazione *tout court*, attraverso funzioni di web agency, la presenza nel webcasting²² e nell'interattività on line e off line.

Tuttavia emerge una difficoltà a esperire nella quotidianità e come area di mercato praticabile quella convergenza tecnologica e produttiva nella "filiera dei contenuti" che dovrebbe vedere sempre più integrati i produttori di contenuti a qualsiasi titolo e su qualsiasi supporto: anche la diminuzione del numero di aziende attive – una sessantina nel 2002 – non compensata da processi di natalità conferma una fase problematica.

D'altro canto, il lavoro della Film Commission ha avuto un impatto sensibile nel promuovere Torino e il Piemonte come location per la filmografia, contribuendo a veicolare un'immagine interessante della regione, in ambito nazionale ed estero, ma con minori esiti sul piano dell'utilizzo delle strutture esistenti sul territorio per produzione e post-produzione. Il forte investimento tecnologico rappresentato dal Virtual Reality & Multi Media Park, dotato delle più avanzate tecnologie per effetti speciali e di realtà virtuale, costituisce una risorsa che stenta a trovare pieno utilizzo nel sistema produttivo locale.

Un altro importante tassello è rappresentato dal complesso di produzione di San Giorgio Canavese, dove la concentrazione di strutture e servizi consente potenzialmente di integrare l'intera filiera produttiva di un programma televisivo.

Emerge dunque un quadro non privo di elementi di contraddittorietà, con potenzialità rilevanti e risorse di pregio, ma con una evidente difficoltà a integrarsi in un sistema produttivo capace di attirare nuovi operatori e di aprire nuovi mercati. Sembra questa una delle direzioni strategiche da perseguire nei prossimi anni: un rafforzamento nelle capacità manageriali e di direzione di un possibile sistema che sappia far perno sulle risorse esistenti in termini di attrezzature e capacità produttive, nonché sulla presenza di istituzioni di prestigio come il Museo Nazionale del Cinema e il Torino Film Festival, ma al contempo operi per esplorare gli ambiti di mercato e nuove direttrici che possano costituire dimensioni di sviluppo per le aziende, locali e non solo.

²² Con il termine webcasting si intende la trasmissione unidirezionale di informazioni o pacchetti di dati specificatamente attraverso Internet.

4.8 NODI PROBLEMATICI

Uno sguardo d'insieme sugli ultimi anni consente di prescindere in buona parte dalle fibrillazioni momentanee e di orientare la riflessione su alcune questioni di fondo che soggiacciono alle dinamiche descritte o ne rappresentano l'alveo entro il quale si sviluppano o, ancora, si individuano ostacoli, vincoli e condizioni da affrontare. Si viene a creare un complesso rapporto con la dimensione del quotidiano e con la sua rappresentazione in termini di dati e statistiche, quasi mai riconducibile a rapporti semplici di causa ed effetto, ma con una forte incidenza sul piano delle strategie e della loro coerenza.

Ci sembra di poter individuare almeno quattro ordini di nodi problematici rispetto ai quali orientare le strategie per il futuro: l'elenco, peraltro, non è chiuso né esaustivo. Essi rappresentano, quindi, una prima apertura per un dibattito e non una checklist definita, dal momento che l'individuazione dei nodi problematici è operazione chiave per la definizione stessa di una possibile strategia.

1) *Sostenibilità del processo di investimento in cultura*

Nei precedenti paragrafi si è evidenziato uno sforzo collettivo di grande dimensione per l'investimento in cultura. Ciò ha portato a una strutturazione dell'offerta di cultura e beni culturali su livelli nettamente più alti rispetto al passato; tuttavia il processo non è ancora concluso e importanti tasselli devono ancora trovare il loro posto per completare il disegno. Si può dire che è a buon punto l'infrastruttura di base e che il prossimo futuro richiede la costruzione vera e propria di un'offerta culturale allargata a residenti e a utenze extraregionali, e una "messa in turismo" capace e attenta dell'intero sistema: non si tratta solo di terminare i restauri, ma di organizzare le modalità di fruizione, di far leggere l'insieme di opportunità che emergono a livello regionale. Ciò implica il mantenimento di investimenti consistenti per far conoscere e far apprezzare questa offerta, per guidare il processo di posizionamento del Piemonte nelle possibili nuove geografie culturali. Come sostenere questo processo, con quali garanzie di risorse per il prossimo futuro, con che tipo di coinvolgimento della società locale: ecco alcune questioni chiave per un dispiegarsi coerente di una strategia di sviluppo.

2) *Verso una visione*

Comunicare (all'interno e all'esterno della regione) una rinnovata centralità della cultura nei processi di sviluppo significa anche poter dare rappresentazioni sintetiche ed efficaci: si pensi ai molteplici casi in Europa di città che sono impegnate a riposizionarsi usando proprio cultura e beni culturali come insegne del proprio cambiamento.

Si pone un problema che, utilizzando una metafora storica, potrebbe essere così sintetizzato: come dev'essere oggi un nuovo *Theatrum Sabaudiae* per rappresentare la complessità delle risorse esistenti e il loro ruolo nel produrre una qualità della vita peculiare, fortemente ancorata a un *genius loci*? Quali sono gli assi sui quali far convergere la complessità delle azioni e delle strategie intraprese? Il sistema dei beni culturali e la sua connessione con la produzione culturale, lo spettacolo dal vivo? Il paesaggio come identità culturale? Il rapporto tra paesaggio, prodotti identitari e qualità della vita promossa anche dalle risorse culturali, siano essi beni o attività? Come la produzione culturale dà voce e contribuisce a rappresentare tutto ciò? Come si riposiziona il ruolo di Torino rispetto a un territorio regionale composito e diversificato? Quale "capitalità" culturale giocare per i diversi ambiti?

La molteplicità di risposte possibili a tali questioni individua prospettive anche divergenti secondo le quali impostare il problema. Aprire un confronto sulle diverse e possibili visioni potrebbe aiutare a chiarire e a comunicare i capisaldi delle strategie.

3) *Innovazione*

L'innovazione e la creatività come enzimi culturali strettamente relazionati al mondo produttivo sempre più divengono oggetto di attenzione di politiche urbane a livello internazionale, per aiutare, far crescere e rendere vitale un *milieu* innovativo.

Torino e il Piemonte mantengono componenti sociali profondamente radicate a una cultura tecnologica e alla capacità innovativa, che tuttavia stentano a emergere in quanto *milieu*, tessuto creativo. Fino a qualche tempo fa si poneva il problema delle infrastrutture: i videomaker di Torino dovevano per forza rivolgersi altrove per alcune fasi della lavorazione video-cinematografica; i gruppi musicali non trovavano nel tessuto locale etichette discografiche per avviare processi di crescita. Oggi la situazione appare profondamente diversa: solo per fare esempi eccellenti, "capita" che l'MP3 sia stato inventato a Torino, e che alcune infrastrutture tecnologiche mettano a disposizione risorse di alto profilo; tuttavia, nonostante i fermenti pur percepibili, pare che continui a porsi un problema di *milieu* urbano e culturale, di condizioni generali per l'innovazione che stentano a integrarsi in un sistema e a utilizzare appieno le stesse risorse tecnologiche presenti. L'interrogativo su quali politiche si possano adottare per favorire e incentivare un *milieu* creativo e innovativo rappresenta una sfida culturale già nella definizione stessa del problema.

4) *Interculturalità*

L'audience dell'attuale produzione culturale appare delimitata e incapsulata all'interno di una trasformazione profonda della composizione sociale della popolazione, la quale diviene via via multietnica e composita. Il problema delle diverse pratiche culturali, del confronto delle culture, dei diversi usi culturali del territorio e della città si pone come terreno di ricerca per la produzione culturale, come possibile mercato della cultura, come elemento di dialogo per la costruzione di una nuova cittadinanza. Le politiche per la cultura trovano, in questo ambito, una molteplicità di sfide e possono contribuire a includere pulsioni fondamentali per l'appartenenza alla società e per il suo sviluppo culturale. La strategia da mettere in campo per affrontare quest'ordine di problemi richiede una riflessione profonda su ciò che consideriamo come fondamento delle politiche culturali e la necessità di confrontare pazientemente diversi approcci, diverse pratiche, diversi punti di vista.

BIBLIOGRAFIA

Fonti statistiche

Borsa Teatro, in “Giornale dello Spettacolo” anno LX, n. 18, 28 maggio 2004; n. 19, 11 giugno 2004; anno LXI n. 10, 18 marzo 2005; n. 12, 8 aprile 2005.

DEUTSCHER BÜHNENVEREIN, *Theaterstatistik 2002/2003*. Köln: Deutscher Bühnenverein, 2004.

EUROSTAT, *Labour Force Survey*. Luxemburg: Office for Official Publication of the European Communities, 2003.

EUROSTAT, *Europeans' Participation in Cultural Activities*. Luxembourg: Office for Official Publication of the European Communities, 2002.

INSTITUT FÜR MUSEUMSKUNDE, *Statistische Gesamterhebung aus den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2003*. Berlin: Institut für Museumskunde, 2004.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *I consumi delle famiglie. Anno 2002*. Roma: ISTAT, 2004.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Le attività del tempo libero. Indagine multiscopo sulle famiglie “Aspetti della vita quotidiana” Anno 2000*. Roma: ISTAT, 2003.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Musica e spettacoli. Indagine multiscopo sulle famiglie “Aspetti della vita quotidiana” Anno 2000*. Roma: ISTAT, 2003.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Annuario statistico italiano 2004*. Roma: ISTAT, 2004.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Rapporto annuale 2003*. Roma: ISTAT, 2003.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *La produzione libraria nel 2003. Dati provvisori*. Roma: ISTAT, 2004.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *La produzione libraria nel 2002*. Roma: ISTAT, 2004.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Letture e linguaggio. Indagine multiscopo sulle famiglie “I cittadini e il tempo libero”*. Anno 2000. Roma: ISTAT, 2003.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Forze di lavoro. Media 2002*. Roma: ISTAT, 2003.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Statistiche culturali. Anni 2000-2001*. Roma: ISTAT, 2004.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *8° Censimento dell'industria e dei servizi. 2001*, pubblicato sul sito: http://censimenti.istat.it/html/ind_home.asp.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Istituzioni nonprofit in Italia. I risultati della prima rilevazione censuaria. Anno 1999*. Roma: ISTAT, 2001.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Le organizzazioni di volontariato in Italia. Strutture, risorse ed attività*. Roma: ISTAT, 1999.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Censimento intermedio dell'industria e dei servizi 31 dicembre 1996. Piemonte*. Roma: ISTAT, 1999.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Censimento intermedio dell'industria e dei servizi 31 dicembre 1996. Torino*. Roma: ISTAT, 1999.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Censimento intermedio dell'industria e dei servizi 31 dicembre 1996. Alessandria*. Roma: ISTAT, 1999.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Censimento intermedio dell'industria e dei servizi 31 dicembre 1996. Asti*. Roma: ISTAT, 1999.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Censimento intermedio dell'industria e dei servizi 31 dicembre 1996. Cuneo*. Roma: ISTAT, 1999.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Censimento intermedio dell'industria e dei servizi 31 dicembre 1996. Novara*. Roma: ISTAT, 1999.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Censimento intermedio dell'industria e dei servizi 31 dicembre 1996. Vercelli*. Roma: ISTAT, 1999.

ISTITUTO DI RICERCHE ECONOMICO-SOCIALI DEL PIEMONTE, *Piemonte economico sociale 2003*. Torino: IRES Piemonte, 2004.

MEDIA SALLES, *Annuario statistico del cinema europeo 2003*. Milano: Media Salles, 2004.

MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION – DÉPARTEMENT DES ÉTUDES ET DE LA PROSPECTIVE, *Chiffres clés 2004. Statistiques de la culture*. Paris: La documentation française, 2004, a cura di Janine Cardona e Chantal Lacroix.

MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI, *Relazione sulla utilizzazione del Fondo Unico dello Spettacolo 2003*. Roma: Ministero per i Beni e le Attività Culturali, 2004.

MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI – UFFICIO DI STATISTICA, *Statistiche culturali. Anno 2002*. Roma: Ministero per i Beni e le Attività Culturali, 2004.

THE MUSEUMS, LIBRARIES AND ARCHIVES COUNCIL, *Overview of Data in the Museums, Libraries and Archives Sector*. London: MLA, 2004, pubblicato all'indirizzo Internet: www.mla.gov.uk/documents/ev_stats_overview.doc.

THE MUSEUMS, LIBRARIES AND ARCHIVES COUNCIL, *Users & Non-Users of Museums, Libraries and Archives*. London: MLA, 2004, pubblicato all'indirizzo Internet: www.mla.gov.uk/documents/id630rep.pdf.

OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE, *Relazione annuale 2003*. Torino: IRES Piemonte, 2004.

OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE, *Relazione annuale 2002*. Torino: IRES Piemonte, 2003.

OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE, *Relazione annuale 2001*. Torino: IRES Piemonte, 2002.

OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE, *Relazione annuale 2000*. Torino: IRES Piemonte, 2001.

OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE, *Relazione annuale 1999*. Torino: IRES Piemonte, 2000.

OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE, *Relazione annuale 1998*. Torino: IRES Piemonte, 1999.

OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE, *Dati statistici sul turismo in Piemonte. Anno 2003*. Torino: Regione Piemonte, Agenzia Turistica Regionale per la promozione del Piemonte, 2004.

REGIONE PIEMONTE – OSSERVATORIO SUL MERCATO DEL LAVORO, *Il mercato del lavoro in Piemonte nel 2001-2002*. Torino: Regione Piemonte, 2002.

REGIONE PIEMONTE – OSSERVATORIO SUL MERCATO DEL LAVORO, *Donne & lavoro in Piemonte. Edizione 2001*. Torino: Regione Piemonte, 2002.

SOCIEDAD GENERAL DE AUTORES Y EDITORES, *Anuario SGAE de las artes escénicas, musicale y audiovisuales 2004*. Madrid: SGAE, 2004.

SOCIETÀ ITALIANA AUTORI EDITORI, *Il quaderno dello spettacolo in Italia. Statistiche 2003*. Roma: SIAE, 2004.

SOCIETÀ ITALIANA AUTORI EDITORI, *Il quaderno dello spettacolo in Italia. Statistiche 2002*. Roma: SIAE, 2003.

SOCIETÀ ITALIANA AUTORI EDITORI, *Il quaderno dello spettacolo in Italia. Statistiche 2000 e 2001*. Roma: SIAE, 2002.

STATISTIK AUSTRIA, *Kulturstatistik 2001/02*. Wien: Statistik Austria, 2004.

STATISTIK AUSTRIA, *Kulturstatistik 2003*. Dati disponibili all'indirizzo Internet: www.statistik.at/fachbereich_03/kultur_txt0_03.shtml.

UNIONE CAMERE COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO AGRICOLTURA DEL PIEMONTE, *Piemonte in cifre 2004*. Torino: Unioncamere Piemonte, 2005.

Rapporti e studi

ASSOCIAZIONE CENTRO SERVIZI VOLONTARIATO DELLE PROVINCE DI BIELLA, VERCELLI, NOVARA E V.C.O., *Strade di servizio. Una ricerca sul volontariato del Piemonte Orientale*. Biella: ACSV, 2002.

ASSOCIAZIONE FRA LE CASSE DI RISPARMIO ITALIANE, *Nono rapporto sulle fondazioni bancarie*. Roma: ACRI, 2004.

ASSOCIAZIONE FRA LE CASSE DI RISPARMIO ITALIANE, *Ottavo rapporto sulle fondazioni bancarie*. Roma: ACRI, 2003.

ASSOCIAZIONE FRA LE CASSE DI RISPARMIO ITALIANE, *Settimo rapporto sulle fondazioni bancarie*. Roma: ACRI, 2002.

ASSOCIAZIONE FRA LE CASSE DI RISPARMIO ITALIANE, *Sesto rapporto sulle fondazioni bancarie*. Roma: ACRI, 2001.

ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI, *Lo stato dell'editoria in Italia nel panorama dell'industria dei contenuti culturali*, presentato a Roma in occasione degli Stati Generali dell'Editoria, 14 e 15 settembre 2004, pubblicato all'indirizzo Internet: www.aie.it/Allegati/News/sgesintesiilbrobianco+tabelle.pdf.

ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI, *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2004*. Milano: AIE, 2004 (Quaderni del "Giornale della Libreria", n. 11).

ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI – OSSERVATORIO AIE EDITORIA DIGITALE, *Rapporto 2004*, pubblicato all'indirizzo Internet: www.aie.it/mercati/visualizza.asp?ID=47.

ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI – UFFICIO STUDI (a cura di), *Rapporto sulla piccola e media editoria in Italia*. Milano: AIE, 2003 (Quaderni del "Giornale della Libreria", n. 6).

ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI, *Catalogo degli editori italiani 2005*. Milano: Editrice Bibliografica, 2005.

ATTANASIO P.F., *Le dimensioni della lettura*, in *Tirature '05*. Milano: Il Saggiatore – Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, 2005, pp. 136-141.

BANCA D'ITALIA, *Note sull'andamento dell'economia del Piemonte nel 2003*. Torino: Banca d'Italia, Sede di Torino, 2004.

BARBETTA G.P., CIMA S., ZAMARO N., *Le istituzioni nonprofit in Italia. Dimensioni organizzative, economiche e sociali*. Bologna: Il Mulino, 2003.

Le biblioteche italiane, in "Economia della Cultura", anno XIII, n. 3. Bologna: Il Mulino, 2003.

CARDONE R., *E allora faremo da soli*, in *Tirature '05*. Milano: Il Saggiatore – Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, 2005, pp. 188-199.

CENSIS, *38° Rapporto sulla situazione sociale del Paese. 2004*. Milano: Franco Angeli, 2004.

CENSIS, *37° Rapporto sulla situazione sociale del Paese. 2003*. Milano: Franco Angeli, 2003.

CENSIS, *Consumi e stili di vita in Piemonte. 6° Rapporto Censis Findomestic*. Milano: Franco Angeli, 2002.

CESANA R., *Editori e librai nell'era del digitale*. Milano: Franco Angeli, 2002.

CITTÀ DI TORINO – ASSESSORATO ALLA CULTURA, *L'Abbonamento e la Carta Musei 1995/2000*. Torino: Città di Torino, 2000 ("Quaderni dei Musei Civici" n. 2).

CITTÀ DI TORINO, REGIONE PIEMONTE, *Musica in Piemonte 2003*. Torino: EDT, 2003.

La classifica internazionale del Giornale dell'Arte: le mostre più visitate nel 2004, in "Il Giornale dell'Arte", n. 241, marzo 2005, pp. 12-18.

La classifica internazionale del Giornale dell'Arte: le mostre più visitate nel 2003, in "Il Giornale dell'Arte", n. 230, marzo 2004, pp. 12-15.

COMPAGNIA DI SAN PAOLO, *Rapporto 2003*. Torino: Compagnia di San Paolo, 2004.

COMPAGNIA DI SAN PAOLO, *Rapporto 2002*. Torino: Compagnia di San Paolo, 2003.

La domanda e i consumi culturali, in "Economia della Cultura", anno XII n. 2. Bologna: Il Mulino, 2002.

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

DUBINI P., *Economia e gestione strategica nel settore dell'editoria libraria*. Milano: Etaslibri, 1997.

L'EAU VIVE, COMITATO GIORGIO ROTA (a cura di), *L'immagine del cambiamento. 2005 Sesto rapporto annuale su Torino*. Milano: Guerini e Associati, 2005.

L'EAU VIVE, COMITATO GIORGIO ROTA (a cura di), *Le radici del nuovo futuro. 2004 Quinto rapporto annuale su Torino*. Milano: Guerini e Associati, 2004.

L'EAU VIVE, COMITATO GIORGIO ROTA (a cura di), *Count Down. 2003 Quarto rapporto annuale sulla Grande Torino*. Milano: Guerini e Associati, 2003.

L'EAU VIVE, COMITATO GIORGIO ROTA (a cura di), *Voglia di cambiare. 2002 Terzo rapporto annuale sulla Grande Torino*. Milano: Guerini e Associati, 2002.

L'editoria italiana fra cartaceo e digitale, in "Economia della Cultura", anno XII, n. 3. Bologna: Il Mulino, 2002.

FALLETTI V., *L'editoria specializzata in Piemonte: prima indagine esplorativa*. Torino: IRES Piemonte, 2005 (draft report).

FEDERCOMIN, *e-Content 2005*. Roma: Federcomin 2005. Sintesi del rapporto pubblicata all'indirizzo Internet: [www.federcomin.it/sviluppo/Produzio.nsf/\(FedercominTuttiStudi\)/99F907142D0DFA76C1256FDB0052BEAA?opendocument](http://www.federcomin.it/sviluppo/Produzio.nsf/(FedercominTuttiStudi)/99F907142D0DFA76C1256FDB0052BEAA?opendocument).

FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO DI TORINO, *Bilancio sociale. Edizione 2004*. Torino: Fondazione CRT, 2004.

FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO DI TORINO, *Bilancio sociale. Edizione 2003*. Torino: Fondazione CRT, 2003.

FONDAZIONE FITZCARRALDO, *Ricerca sul pubblico dei Festival di Piemonte dal Vivo*. Torino: Regione Piemonte e Fondazione Fitzcarraldo, 2002.

ISTITUTO DI RICERCHE ECONOMICO-SOCIALI DEL PIEMONTE, *Considerazioni sull'impatto socioeconomico e territoriale dei Giochi del 2006. Scenari per il Piemonte del Duemila. Secondo rapporto triennale*. Torino: IRES Piemonte, 2004.

ISTITUTO DI RICERCHE ECONOMICO-SOCIALI DEL PIEMONTE, *Scenari per il Piemonte del Duemila. Primo rapporto triennale*. Torino: IRES Piemonte, 2001.

MUSSINELLI C., *Tanti telefonini ma non abbastanza computer*, in *Tirature '05*. Milano: Il Saggiatore – Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, 2005, pp. 206-221.

ORTOLEVA, P. *Lavorare nei media, produrre cultura*. Milano: Franco Angeli, 2003.

PERESSON G., *Tra internazionalizzazione e mercato nazionale*, in “Il Giornale della Libreria”, n. 5, maggio 2005, pp. 66-69.

PERESSON G., VALDONI L., *Come leggo, come compro. I comportamenti di lettura e acquisto di libri*. Milano: AIE, 2003 (Quaderni del “Giornale della Libreria”, n. 8).

PERESSON G., *Il problema è far leggere la gente*, in *Tirature '04*. Milano: Il Saggiatore – Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, 2004.

REGIONE PIEMONTE, *Il volontariato in Piemonte. La realtà piemontese nella rilevazione FIVOL 2001*. Torino: Regione Piemonte, 2002.

Stato e mercato, in “Economia della Cultura”, anno XIII, n. 1. Bologna: Il Mulino, 2003.

Teatro ragazzi e giovani Piemonte. Stagione teatrale 2003/2004. Torino: Giunta regionale del Piemonte, 2003 (supplemento a “Quaderni della Regione Piemonte”, n. 37/2003).

TOURING CLUB ITALIANO, CENTRO STUDI – MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI, *L'annuario della cultura 2004*. Milano: TCI, 2004.

VIGINI G., *L'editoria in tasca*. Milano: Editrice Bibliografica, 2004.

Siti Internet

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA: www.istat.it

MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI: www.beniculturali.it

MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI - SISTAN: www.sistan.beniculturali.it/

REGIONE PIEMONTE: www.regione.piemonte.it

PROVINCIA DI ALESSANDRIA: www.provincia.alessandria.it/

PROVINCIA DI ASTI: www.provincia.asti.it

PROVINCIA DI BIELLA: www.provincia.biella.it

PROVINCIA DI CUNEO: www.provincia.cuneo.it

PROVINCIA DI NOVARA: www.provincia.novara.it

PROVINCIA DI TORINO: www.provincia.torino.it

PROVINCIA DEL VERBANO-CUSIO-OSSOLA: www.provincia.verbania.it

PROVINCIA DI VERCELLI: www.provincia.vercelli.it

COMUNE DI ALESSANDRIA: www.comune.alessandria.it

COMUNE DI ASTI: www.comune.asti.it

COMUNE DI BIELLA: www.comune.biella.it
COMUNE DI CUNEO: www.comune.cuneo.it
COMUNE DI NOVARA: www.comune.novara.it
COMUNE DI TORINO: www.comune.torino.it
COMUNE DI VERBANIA: www.comune.verbania.it
COMUNE DI VERCELLI: www.comune.vercelli.it

AEDON – RIVISTA DI ARTI E DIRITTO ON LINE: www.aedon.mulino.it
ANTENNA MEDIA TORINO: www.antennamedia.to.it
ASSOCIAZIONE CASSE DI RISPARMIO ITALIANE: www.acri.it
ASSOCIAZIONE FERT: www.fert.org
ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI: www.aie.it
ASSOCIAZIONE DEI SERVIZI E DEI CONTENUTI MULTIMEDIALI: www.anee.it
BROADCAST PRODUCTION: www.broadcasting.it
EXIBART: www.exibart.com
FAI – FONDO PER L'AMBIENTE ITALIANO: www.fondoambiente.it
FIERA INTERNAZIONALE DEL LIBRO DI TORINO: www.fieralibro.it/
FIMI – FEDERAZIONE INDUSTRIA MUSICALE ITALIANA: www.fimi.it
INFORMAZIONI EDITORIALI: www.ie-online.it
ITALIA PIANETA LIBRO (Servizio per la promozione del libro e della lettura a cura del Ministero per i Beni e le Attività Culturali - Direzione Generale Beni Librari): www.italiapianetalibro.it
ITP – INVESTIMENTI A TORINO E IN PIEMONTE: www.itp-agency.org
LIBRI ALICE: www.librialice.it/
MEDIA SALLES: www.mediasalles.it
SOCIETÀ ITALIANA DEGLI AUTORI ED EDITORI: www.siae.it/