OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE©

2003

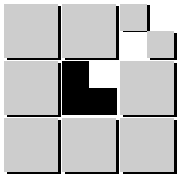
RELAZIONE ANNUALE

OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE

OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE©

2003

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 Cogno, Luciana Conforti, Alberto Crescimanno, Alessandro Cunsolo, Elena Donati, Carlo Alberto Dondona, Fiorenzo Ferlaino, 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

© 2004 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
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 - 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 2003
Redazione a cura di Fondazione Fitzcarraldo:
Alessandro Bollo, Luisella Carnelli, Stefania Coni, Luca Dal Pozzolo, Cristina Favaro, Alessandra Gariboldi
e
IRES Piemonte: Carlo Alberto Dondona

Elaborazioni cartografiche: Lorenzo Germak

Ufficio Editoria dell'IRES: Maria Teresa Avato, Laura Carovigno

Editing: Clips s.n.c.

Impaginazione: Clips s.n.c.

Stampa: Litografia AGV

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 - Associazioni aderenti al progetto FUM.NET
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 Marca - Fondazione Film Commission Torino Piemonte
Fondazioni delle Casse di Risparmio di Alessandria, Asti, Biella, Bra, Cuneo, Fossano, Saluzzo, Savigliano, Torino,
Tortona, Vercelli - Institut de Cultura de Barcelona - ISTAT - 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 - Turismo Torino

Si ringraziano inoltre:
Elisabetta Ballaira, Massimo Beretta Liverani, Serge Bernier, Annamaria Bertolina, Gaspare Bona, Gianni Bonadè,
Amanzio Borio, Gianni Bottaro, Anna Maria Buzzi, Renato Cogno, Francesco De Biase, Luca Davico,
Dario Disegni, Mauro Durando, Roberto Fontana, Daniela Formento, Paola Ganio Vecchiolino, Erica Gay,
Daniele Jalla, Maria Leddi, Francesca Leon, Riccardo Lorenzino, Rita Marchiori, Cristina Mecchia, Graziano Melano,
Claudio Merlo, Maria Mina, Anita Molino, Franca Mollo, Roberto Morano, Giuseppina Negro, Piero Antonio Pastore,
Giovanni Peresson, Patrizia Picchi, Maria Luisa Re Fiorentin, Antonella Renzi, Paolo Robotti, Franco Rossigno,
Ilaria Ruffino, Renzo Sicco, Vincenzo Simone, Rossana Sodano, Alberto Vanelli, Carlo Viano, Salvatore Vitrano.

Redazione a cura di: Alessandro Bollo (1.1; 1.8; 2.4; 3.5); Luisella Carnelli (1.6; 3.4); Stefania Coni (1.2; 1.3; 1.4; 1.5; 2.3; 3.6); Carlo Alberto Dondona (2.1; 2.2;); Cristina Favaro, (1.6; 1.7; 3.3; 3.4); Alessandra Gariboldi (3.1; 3.2;).

Introduzione e osservazioni conclusive a cura di Luca Dal Pozzolo.

Presentazione VII

Introduzione IX

Capitolo 1
I consumi culturali 1
1.1 I modi e le forme del consumo culturale in Piemonte 3
1.2 Musei e beni culturali 5
1.3 Tessere di libero accesso ai musei di Torino e del Piemonte 25
1.4 Mostre 30
1.5 Saloni 37
1.6 Spettacolo dal vivo 38
1.7 Cinema 72
1.8 Approfondimento sui bacini di utenza dei diversi settori culturali in Piemonte 83

Capitolo 2
Gli aspetti economici e occupazionali 87
2.1 Risorse per la cultura: uno sguardo d'insieme 89
2.2 Risorse pubbliche per la cultura 91
2.3 Interventi dei privati 102
2.4 Occupazione culturale 107

Capitolo 3
La produzione culturale 113
3.1 La produzione culturale e le sue filiere 115
3.2 Editoria libraria e di prodotti multimediali 116
3.3 Produzione audiovisiva 124
3.4 Spettacolo dal vivo 127
3.5 Biblioteche 138
3.6 Nonprofit e volontariato culturale 140

Osservazioni conclusive 143

Bibliografia 151

La Relazione Annuale dell'Osservatorio Culturale del Piemonte è giunta alla sua sesta edizione ed è diventata, ormai, un punto di riferimento importante per cogliere le dinamiche del grande processo di trasformazione del settore culturale regionale in atto negli ultimi anni. Trasformazione a volte sotterranea, a volte manifesta, che interessa e attraversa tutti i settori di produzione, distribuzione e di consumo della cultura. Essa è il frutto di mirate e continue politiche di investimento da parte di una molteplicità di attori, pubblici e privati, quanto dell'affermarsi di nuovi modelli di consumo e di fruizione culturale.
La Relazione Annuale, pur con tutte le innegabili difficoltà di rilevazione e misurazione di fenomeni complessi, offre comunque una valida fotografia di cosa è successo nel sistema culturale piemontese nell'anno passato e consente di tracciare il percorso fatto fin qui avendo come termine di paragone i dati degli anni precedenti.
Ed è proprio il confronto con gli anni passati che ci permette di cogliere il valore delle performance attuali.
Il Sistema Museale Metropolitano ha ormai superato stabilmente la soglia dei due milioni di visitatori e il territorio regionale mostra nel suo complesso un'importante capacità di crescita e di attrazione di flussi di visitatori, segno di una buona vitalità e, soprattutto, di una offerta integrata di musei, beni culturali, paesaggi e cultura eno-gastronomica di alto livello.
I risultati di questi anni mostrano, dunque, l'elevato gradimento ottenuto dall'offerta culturale della regione. Tuttavia, l'aumento costante dei consumi culturali registrato nella Relazione è ancora troppo strettamente connesso ad una domanda locale il cui bacino potenziale di utenti si va sempre più assottigliando.
In questo quadro e in virtù degli enormi sforzi sia finanziari e tecnologici che si stanno compiendo, la risorsa per promuovere un nuovo salto di qualità nell'offerta culturale che sia in grado di colpire l'immaginario collettivo e di lanciare il Piemonte tra le mete internazionali del turismo culturale, deve poter essere nel prossimo futuro il sistema delle Residenze Sabaude – la Corona di Delizie – iscritte dall'Unesco nella lista del patrimonio mondiale.
Per far ciò, tuttavia, è necessario che ci si adoperi per una strategia complessiva che sia in grado di uscire dai confini regionali e, inoltre, di ricomporre i singoli elementi all'interno di un quadro territoriale unitario, di un milieu dotato di una sua coerenza e che non sia il semplice prodotto della sommatoria di singoli beni.

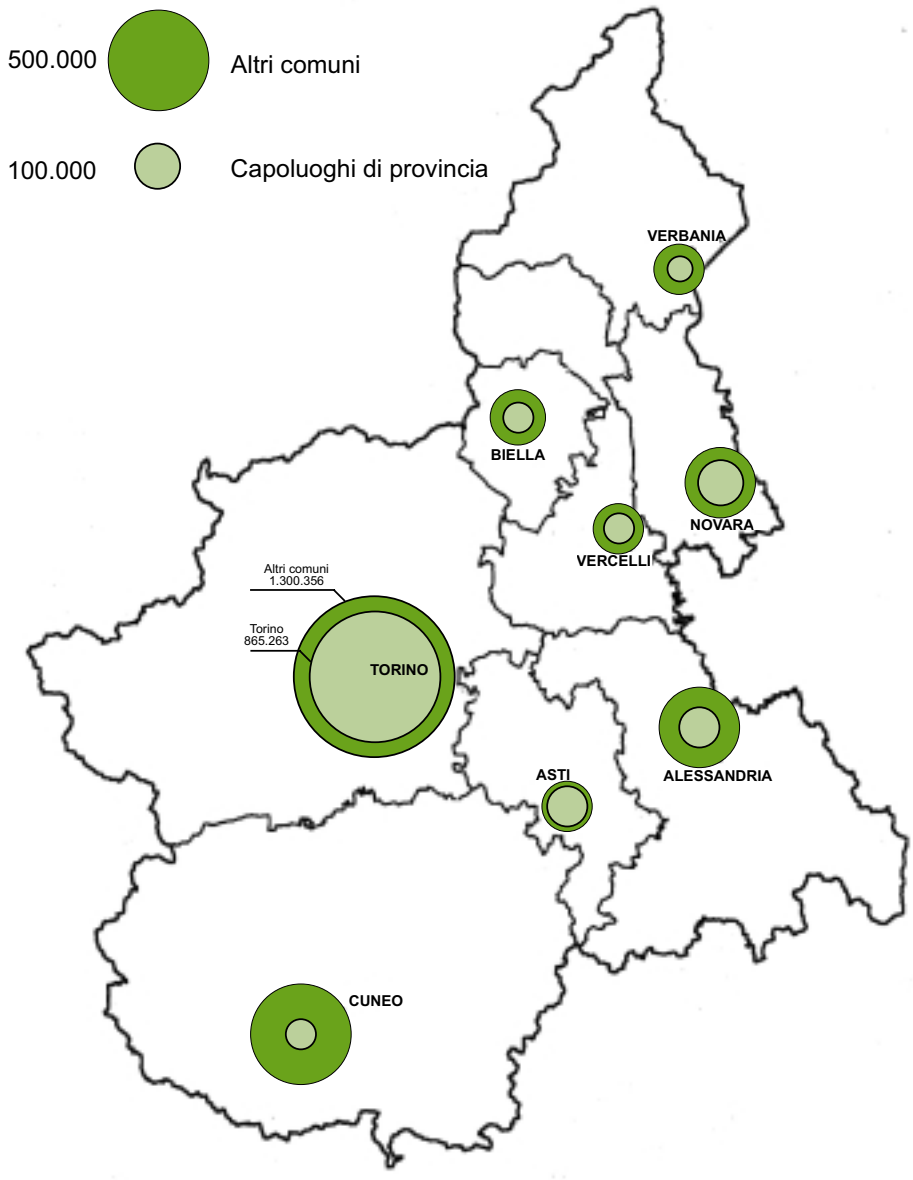
GIAMPIERO LEO
Assessore all'Istruzione e Cultura
Regione Piemonte

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

La sesta relazione annuale restituisce un'immagine della cultura in Piemonte con dinamiche complesse e differenziate che spaziano dalle performance di rilievo dei sistemi di musei e beni culturali nell'area metropolitana e in regione, alle dinamiche più difficilmente sintetizzabili dello spettacolo dal vivo che vede elementi positivi, come il radicarsi dell'offerta festivaliera, ma anche alcune difficoltà verso una crescita sostenuta della domanda di spettacolo; continua inoltre nel 2003 la profonda ristrutturazione del sistema di offerta cinematografica che comporta – a fronte di una domanda stabile – un processo di sostituzione delle sale e delle multisale a favore delle grandi strutture multiplex.
All'analisi di tali tendenze sono dedicati i capitoli delle relazione e il tentativo di fornire elementi di sintesi nelle osservazioni conclusive. Ciò che interessa qui rilevare è la sensazione di un'accelerazione dei tempi di reazione dei diversi sub-sistemi culturali alle dinamiche di trasformazione. Gli investimenti su musei e beni culturali aumentano la loro visibilità ed il loro impatto e pongono il problema di un'attività di produzione culturale che li valorizzi e li metta in condizioni di attirare un'utenza allargata; allo stesso modo si pone il problema di sostenere un'attività di spettacolo e di produzione culturale all'altezza delle infrastrutture culturali che si vanno realizzando e delle più recenti trasformazioni urbane. L'investimento in strutture fisiche richiede un corrispondente investimento in attività e risorse umane, una generale attenzione verso i sistemi che garantiscano sostenibilità alla cultura nel suo complesso – seppure all'interno delle dinamiche economiche congiunturali, che impongono scelte di rigore e di contenimento della finanza pubblica ai diversi livelli. Sulla capacità di attivare risorse, di sostenere i processi di crescita culturale, di esplorare le vie della sostenibilità per valorizzare il grande investimento di risorse in cultura di questi anni si giocano alcune chances rilevanti per il futuro culturale del Piemonte: la relazione annuale e l'attività dell'Osservatorio Culturale del Piemonte intendono contribuire a questa sfida cercando di sistematizzare le conoscenze di base indispensabili a costruire una visione generale, necessaria a fornire i riferimenti quantitativi essenziali per un dibattito ed una riflessione strategica ed urgente.

Luca Dal Pozzolo
Direttore
Osservatorio Culturale del Piemonte

Fig. 1 Popolazione residente in piemonte (2002)



Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT, giugno 2004

I CONSUMI CULTURALI

1.1 I Modi e le forme del consumo culturale in Piemonte

Nel primo capitolo di questa Relazione Annuale vengono analizzati gli andamenti della domanda culturale nei diversi ambiti artistico-culturali: si intende cioè quantificare e confrontare le affluenze a musei, mostre e beni culturali della regione, i biglietti venduti di teatro, musica e cinema, evidenziando i fenomeni sociali o gli strumenti di politica culturale che maggiormente incidono sul peso complessivo dei consumi culturali.
Prima di procedere ad una lettura puntuale di tali approfondimenti può essere utile condurre una riflessione più generale sul tema della partecipazione culturale e sui tratti distintivi e di specificità del territorio piemontese. Si intende qui per partecipazione culturale una valutazione del grado di coinvolgimento e di interesse di una popolazione o di un territorio rispetto alle diverse offerte di natura artistico-culturale. I dati e i confronti sulle affluenze annuali, i risultati dei box office e il numero di unità vendute consentono infatti di "dare una dimensione" alla domanda di un determinato prodotto culturale (si tratti di un museo, di un monumento, di una pièce teatrale o di un libro), ma difficilmente permettono di risalire al numero di individui che effettivamente acquistano quel prodotto o che ne fanno esperienza. Nella dinamica dei comportamenti di acquisto gli individui si caratterizzano per frequenze di consumo molto differenti: ci sono persone che non vanno al cinema neanche una volta l'anno, altre vi si recano ogni settimana, ad esempio. Le statistiche annuali o periodiche sulla domanda di prodotti culturali (espresse in numero di visite, di biglietti venduti, di affluenze stimate) sono dunque la risultante del numero di consumatori per la loro frequenza di consumo. Non è infatti indifferente che all'aumento complessivo della domanda contribuisca un maggior numero di persone coinvolte o una maggior frequenza di consumo delle solite persone.
Un primo indicatore sul livello della partecipazione culturale viene fornito dall'ISTAT attraverso le statistiche relative al numero di persone sopra i 6 anni che negli ultimi 12 mesi hanno preso parte ad almeno una iniziativa di carattere culturale. La Tabella 1 indica il livello di partecipazione negli ultimi dieci anni delle persone residenti in Piemonte in relazione a diverse offerte di natura artistico-culturale.

Tab 1. Persone di 6 anni è più che hanno sono andate almeno una volta negli ultimi 12 mesi a...

Piemonte	Musei e mostre	Cinema	Musica classica	Altri concerti di musica	Teatro
2002	31,6%	49,4%	8,4%	18,1%	17,1%
1997	26,8%	44,7%	8,8%	17,8%	17,0%
1993	22,7%	40,7%	7,1%	14,4%	14,4%
Italia Nord 2002	**34,2%**	**49,4%**	**10,1%**	**18,5%**	**20,8%**

Fonte: ISTAT, Annuario Statistico Italiano – Anni 2003, 1998, 1994

La lettura della tabella suggerisce alcune riflessioni: i livelli di partecipazione culturale media, sia in Italia sia in Piemonte, rimangono piuttosto modesti; negli ultimi 10 anni in Piemonte sono comunque aumentati in maniera significativa, per quanto la regione presenti un grado di partecipazione leggermente più basso rispetto alla media del Nord Italia.
Per quanto riguarda il primo aspetto, se si capovolge la prospettiva di analisi, ovvero se si prendono in considerazione coloro che negli ultimi mesi non hanno mai fruito di prodotti culturali, emerge come quasi il 92% dei residenti in Piemonte non abbia assistito ad uno spettacolo dal vivo di musica classica, l'83% non abbia visto uno spettacolo di teatro, il 68% non abbia visitato un museo o una mostra.

Se si analizza complessivamente il trend storico del Piemonte negli ultimi 10 anni se ne ricava comunque un giudizio positivo perché risulta che tutte le diverse forme di intrattenimento culturale abbiano visto aumentare i loro bacini di utenza con incrementi più o meno sensibili a seconda dei casi. Il risultato forse più significativo riguarda i musei e le mostre, il cui dato sulla partecipazione passa dal 22,7% del 1992 al 31,6% del 2002 (+39% contro il +23,7% del dato nazionale): nel decennio in questione il settore museale e dei beni culturali, sia a livello metropolitano sia a livello regionale, ha infatti vissuto un profondo ed efficace riassetto/rafforzamento del sistema dell'offerta e un miglioramento complessivo delle condizioni di accessibilità/fruizione, ottenendo il risultato di una tendenza generale di risveglio e di attenzione del pubblico verso le diverse proposte museali e verso eventi di notevole richiamo in grado di intercettare anche un'utenza poco propensa a frequentare i musei. Altri generi, come la musica classica e il teatro, hanno fatto registrare aumenti più contenuti nel processo di ampliamento dei bacini di utenza a testimonianza di come tali proposte artistiche (soprattutto la prima) facciano fatica ad attrarre pubblico al di fuori di quella nicchia di "happy few" che popolano di consueto le sale da concerto e i teatri. Evidentemente ci sono differenze anche significative tra centri metropolitani, centri urbani di media-piccola dimensione e aree rurali: i livelli di partecipazione decrescono progressivamente dal grande centro alle aree in cui la presenza urbana è più rarefatta soprattutto per quelle proposte artistico-culturali in cui vi è una maggiore disparità di offerta tra "centro" e "periferia" (ad esempio la danza e il teatro).

Se si confrontano i dati del Piemonte con quelli del Nord Italia risulta un livello di partecipazione mediamente più basso per tutti i generi presi in considerazione, in particolar modo per la musica classica (8,4% rispetto al 10,1% del dato medio) e per il teatro (17,1% rispetto al 20,8%). Se l'entità degli scostamenti sia spiegabile prevalentemente in termini di caratterizzazione della domanda (stili di vita tradizionalmente meno orientati al consumo di intrattenimento, una società "affluente con moderazione" come la definisce il Censis[1]) o di tipologia dell'offerta (polarizzazione delle proposte nell'area metropolitana, mancanza di un reticolato di centri medi con forte vitalità culturale come ad esempio in Emilia Romagna) è valutazione che meriterebbe ulteriori analisi e approfondimenti.

[1] CENSIS, *Consumi e stili di vita in Piemonte. Sesto Rapporto Censis - Findomestic*. Milano: Franco Angeli, 2002.

1.2 Musei e beni culturali

Nel 2003 le visite agli 82 fra musei e beni culturali piemontesi monitorati dall'OCP hanno superato la soglia dei 3 milioni, con 250.000 ingressi in più rispetto al 2002. Per la prima volta il Sistema Museale Metropolitano di Torino segna oltre 2 milioni di visite: un risultato decisamente positivo se si considera che nel 1992 il pubblico dei musei e dei beni del Sistema Museale Metropolitano torinese veniva quantificato in poco più di 500.000 presenze. Se si tratti di ripresa del trend di crescita che aveva caratterizzato la seconda metà degli anni Novanta, emergerà con più chiarezza soltanto negli anni a venire; l'aumento del numero di presenze riguarda infatti solo una parte dei beni monitorati. Questa tendenza si dimostra valida tanto per le realtà del Sistema Museale Metropolitano torinese quanto per quelle localizzate nel resto del territorio. Relativamente a queste ultime, le presenze totali registrate nel 2003 sono oltre 950.000. A livello nazionale, le affluenze ai musei e beni statali rivelano nel 2003 una sostanziale stabilità rispetto al 2002.

Nel triennio 2000-2002 i consumi museali, benché assestati su una soglia tutt'altro che trascurabile (quantificabile in 2,7 milioni di visite), sembravano vivere una situazione di "non-crescita"; nel 2003 si leggono invece segnali positivi, in grado di contrastare la stabilità del numero di visite che aveva caratterizzato gli anni precedenti. Le visite all'interno dei musei e dei beni facenti parte del Sistema Museale Metropolitano superano la soglia dei 2 milioni; complessivamente, le presenze nei musei e nei beni culturali monitorati in Piemonte hanno raggiunto gli oltre 3 milioni.

Guardando ai musei e beni culturali del Sistema Museale Metropolitano, il superamento della soglia dei 2 milioni di visite fornisce elementi piuttosto rassicuranti, sia se si considera il breve periodo sia – e soprattutto – se si procede a ritroso di un decennio. Il dato del 2003 conferma e rafforza il risultato registrato a partire dal 2000, che vedeva il numero di visite, seppur con lievi oscillazioni a seconda dei periodi, approssimarsi al raddoppio rispetto ai soli cinque anni precedenti (nel 1995 venne raggiunta la soglia di 1 milione di presenze). Ma ancor più positivi appaiono i risultati del 2003 se si effettua un bilancio del decennio trascorso: agli inizi degli anni Novanta, ed in particolare sino al 1993, il pubblico dei musei e dei beni del Sistema Museale Metropolitano torinese si quantificava in poco più di 500.000 presenze; nel 2003 la domanda si è dunque quadruplicata.

Le condizioni dell'offerta, occorre sottolinearlo, hanno conosciuto in un decennio importanti cambiamenti: a Torino tra il 1995 ed il 2003 si contano almeno 11 casi di nuove "aperture", comprendenti nuove istituzioni museali-espositive e riaperture a seguito di lavori di restauro. L'ampliamento dell'offerta ha coinvolto una pluralità di attori impegnati a vario titolo nelle politiche culturali e museali del territorio: importanti interventi finalizzati all'accessibilità o al miglioramento della fruibilità del patrimonio sono oggi in corso proprio grazie all'integrazione/interazione fra i diversi soggetti "locali" ed "extralocali", come nel caso dell'Accordo di Programma Quadro in materia di beni culturali tra Stato e Regione Piemonte a cui partecipa anche l'Unione Europea. Ma la concertazione ha portato anche ad altri esiti: il primo, indubbiamente tangibile, è quello dell'introduzione e sviluppo delle tessere di libero accesso ai musei – dapprima di Torino e in seguito dell'intero Piemonte; tale strumento di promozione conferisce visibilità al sistema culturale torinese e rafforza i legami di appartenenza del pubblico di prossimità con i musei del territorio.

Il coinvolgimento di più istituzioni pubbliche e private costituisce la formula della Fondazione Torino Musei, chiamata a gestire dal 1° gennaio 2003 il patrimonio museale della Città di Torino: la Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea, il Museo d'Arte Antica di Palazzo Madama, Borgo e Rocca Medievali, il Museo Pietro Micca e dell'Assedio di Torino. Lo stesso sforzo congiunto si è tradotto nell'accordo per la creazione della Fondazione Museo delle Antichità Egizie di Torino, che vede in questo caso il Ministero per

i Beni e le Attività Culturali, proprietario del Museo, conferire la gestione a una Fondazione che ha come membri la Regione Piemonte, la Provincia di Torino, il Comune di Torino e le fondazioni bancarie torinesi Compagnia di San Paolo e Fondazione Cassa di Risparmio di Torino[2].

Ed è ancora nell'ambito della concertazione degli attori istituzionali e delle istituzioni museali che si leggono le molteplici iniziative culturali, "collaterali" rispetto alla tradizionale visita al museo, come le "giornate" o "settimane" dedicate ad un tema particolare o di semplice incentivo alla visita tramite la gratuità dell'accesso. L'insieme di queste iniziative, come pure la realizzazione di mostre, conferiscono una rinnovata vivacità al museo quale luogo di produzione culturale e rappresentano quindi forme significative di sostegno alla domanda. Si può al tempo stesso affermare che il maggior dialogo istituzionale abbia accompagnato innanzi tutto una più marcata attenzione da parte dei responsabili di musei e beni al miglioramento/ampliamento della fruizione pubblica – attenzione che ha trovato maggiore spazio anche nella recente normativa sui beni culturali[3].

Nel 2003 sembra anche leggersi una maggiore apertura ad esperienze che oltrepassano i confini regionali per approdare ad una più ampia condivisione con realtà di altre regioni, di altri Paesi: iniziativa, questa, che potrebbe portare a risultati positivi nel coinvolgere anche un pubblico di non residenti nella fruizione del patrimonio torinese e piemontese.

In mancanza di studi sulla composizione del pubblico dei musei non è possibile determinarne esattamente la provenienza, anche se alcune indicazioni lasciano presumere che questo continui ad essere un pubblico di prossimità. Cresce ad esempio l'incidenza delle visite con Abbonamento Musei Torino Piemonte sul totale delle visite registrate nei beni dell'area metropolitana, mentre più contenuta è l'incidenza degli acquirenti della Torino Card rispetto al totale degli arrivi turistici all'interno dell'area metropolitana torinese. Come illustrato più avanti, si evidenzia un buon avvicinamento del numero di abbonati a quello degli "utenti potenziali" dell'area metropolitana torinese. Ne consegue naturalmente che il raggiungimento di nuovi e significativi traguardi in termini di estensione della domanda non può che richiedere l'interessamento all'offerta torinese e piemontese da parte di utenze più "lontane".

Le affluenze ai musei: uno sguardo oltre regione

Il confronto con i dati di pubblico dei musei e dei beni culturali di altre regioni, o a livello nazionale, non può che risultare parziale dal momento che gli unici dati disponibili a livello nazionale, suddivisi per ciascuna regione ed istituzione, riguardano i beni di proprietà dello Stato. Limitandosi alla sola lettura dei dati dei musei e beni statali del Piemonte il quadro che si delinea per il 2003 restituisce una situazione "in flessione", mentre, come si approfondirà nei seguenti paragrafi, relativamente all'anno in questione i risultati in termini di consumi museali sono tutt'altro che negativi in regione.

Nel 2003 le visite registrate a livello nazionale nei musei e beni statali monitorati dal Sistan[4] sono state 31.085.663. Non si rilevano variazioni sostanziali rispetto al 2002, quando il dato di affluenza segnava complessivamente 31.041.436 ingressi, mentre si evidenzia un aumento del 5% rispetto al numero di visite registrate nel 2001.
Suddividendo il Paese per macro aree geografiche si manifesta chiaramente il maggiore peso del Centro rispetto al Nord e al Mezzogiorno, tanto per numerosità di affluenze quanto per numerosità di beni. Al Centro è infatti localizzato il 49,2% delle visite e il 42% dei beni; Nord e Sud hanno un peso analogo quanto a visite registrate (il 26% si concentra al Nord e il 25% nel Mezzogiorno) ma differente per ciò che concerne la concentrazione di beni: il

[2] Le due esperienze si inseriscono in un preciso quadro normativo: la Fondazione Torino Musei è una delle prime applicazioni – insieme a quella della provincia di Siena – dell'articolo 35 della legge finanziaria 2002; la Fondazione Museo delle Antichità Egizie di Torino, al momento della redazione di tale rapporto non ancora istituita, sarà invece il risultato della modifica del decreto legislativo n. 368/1998 apportata dalla legge finanziaria del 2003, grazie alla quale viene consentita anche ai privati la gestione del patrimonio artistico-culturale tramite accordi con cui costituire o partecipare ad associazioni, fondazioni o società.

[3] Si fa qui riferimento in particolare al "Codice dei Beni culturali e del Paesaggio" (D. Lgs 22 gennaio 2004).

[4] Sistema Statistico Nazionale.

24% dei beni monitorati si trova al Nord mentre i beni localizzati al Sud, più numerosi, equivalgono al 34% del totale.
Il risultato in termini di affluenze delle tre macro aree geografiche è legato ovviamente non solo alla maggiore o minore concentrazione di beni nelle medesime, ma alla diversa capacità dei beni stessi e in generale dei territori – in questo caso influisce fortemente la presenza o meno di città d'arte – di attrarre flussi turistici. Come già evidenziato nella precedente Relazione Annuale[5], la composizione dei musei e dei beni all'interno delle varie regioni è assai diversificata. La maggior parte dei beni (4 sui 6), in grado di attrarre oltre 1 milione di presenze, è localizzata al Centro. In ordine di affluenza, i 6 beni che rientrano in questo range sono: il Circuito Archeologico Colosseo e Palatino a Roma, il Parco del Castello di Miramare a Trieste (oltre 3.000.000 di visite), Scavi Vecchi e Nuovi di Pompei e Pantheon a Roma (circa 2.000.000 di visite), la Galleria degli Uffizi e Corridoio Vasariano e Galleria dell'Accademia di Firenze nel capoluogo toscano (rispettivamente 1,5 milioni e 1 milione di visite). Oltre a questo gruppo di beni se ne contano altri 6 con numero di affluenze comprese tra 500.000 e 1 milione, 18 le cui visite sono comprese fra 200.000 e 500.000, 54 che registrano cifre comprese fra 50.000 e 200.000 e 372 con affluenze inferiori a 50.000.
Ad eccezione del Museo delle Antichità Egizie che registra circa 300.000 visite, di Palazzo Reale con circa 90.000 visite e del Castello e Parco di Racconigi con circa 100.000 visite, i 22 fra musei, beni e circuiti statali del Piemonte non superano i 25.000 ingressi. Il totale delle visite registrate in Piemonte è 650.000 (con una flessione del 6,8% rispetto al 2002), quota pari al 2% delle affluenze a livello nazionale. Non si evidenziano in questo caso differenze sostanziali rispetto ai due anni precedenti, quando tale percentuale era pari al 2,2% nel 2002 e al 2,3% nel 2001.
L'analisi dei dati di affluenza riferita alle singole regioni, come per il 2002, vede fra le prime cinque Lazio (in cui si concentra il 30% delle visite a musei e beni statali), Campania, Toscana, Friuli Venezia Giulia e Veneto; tuttavia in queste regioni, ad eccezione di Campania e Friuli Venezia Giulia, si registrano delle flessioni. Il risultato positivo evidenziato dalla regione Campania è in parte spiegato dal successo di pubblico della mostra *Storie da un'eruzione* al Museo Archeologico Nazionale di Napoli (il cui biglietto era integrato con quello del Museo) che, in quattro mesi, ha portato al museo oltre 256.000 visitatori. L'aumento rilevato dal Friuli Venezia Giulia sembra in parte legato al successo degli eventi – fra cui concerti, spettacoli di danza e proiezioni – realizzati durante i mesi estivi ospitati al Parco del Castello di Miramare nei pressi di Trieste, polo di attrazione fortemente turistico e di loisir oltre che culturale.

La variazione negativa che nel 2003 riguarda 13 delle 18 regioni monitorate[6] viene tuttavia compensata dagli incrementi registrati dalle restanti 5, di modo che la performance risulta complessivamente positiva. Il risultato è da considerarsi in questi termini se si tiene conto del fatto che nel 2003 non è positivo il bilancio dei flussi turistici (il confronto con il numero di arrivi e di presenze del 2002 segna una flessione rispettivamente del 1,2% e di 1,3% [7]) e che non vi sono stati veri e propri "blockbuster" sul fronte dell'attività espositiva temporanea: *Michelangelo e la bellezza ideale* alla Galleria dell'Accademia di Firenze, *Parmigianino e Manierismo europeo* alla Galleria Nazionale di Parma e *Storie da un'eruzione* al Museo Archeologico Nazionale di Napoli hanno totalizzato ciascuno dalle 250.000 alle 600.000 visite circa; si è ben lontani dal risultato raggiunto in termini di affluenze nel 2001 al Colosseo con *Sangue e Arena*, che attirò 1,4 milioni di visitatori.

[5] Osservatorio Culturale del Piemonte, *Relazione Annuale 2002*. Torino: IRES Piemonte, 2003.

[6] Il monitoraggio non comprende la Valle d'Aosta e la Sicilia, regioni a statuto speciale con competenza per i propri siti.

[7] I dati turistici del 2003 sono parziali: non comprendono infatti i mesi di novembre e dicembre. Il confronto con il 2002 è stato effettuato per il periodo corrispondente. Fonte: ISTAT.

Tab. 2 VISITE NEGLI ISTITUTI STATALI 2001-2003

REGIONE	2001 VISITE	2002 VISITE	2003 VISITE	%VARIAZIONE 2003-2002	%VARIAZIONE 2002-2001
ABRUZZO	163.061	200.139	201.424	0,6%	22,7%
BASILICATA	247.317	242.077	257.216	6,3%	-2,1%
CALABRIA	374.825	391.976	370.089	-5,6%	4,6%
CAMPANIA	5.893.972	5.834.677	6.166.107	5,7%	-1,0%
EMILIA ROMAGNA	968.581	1.018.938	1.053.932	3,4%	5,2%
FRIULI VENEZIA GIULIA	2.008.583	2.768.605	3.385.726	22,3%	37,8%
LAZIO	9.534.275	9.408.828	9.267.076	-1,5%	-1,3%
LIGURIA	82.662	89.312	78.323	-12,3%	8,0%
LOMBARDIA	1.261.901	1.375.581	1.202.090	-12,6%	9,0%
MARCHE	511.245	505.796	466.676	-7,7%	-1,1%
MOLISE	46.455	54.483	51.424	-5,6%	17,3%
PIEMONTE	675.281	697.082	649.341	-6,8%	3,2%
PUGLIA	364.721	479.644	444.816	-7,3%	31,5%
SARDEGNA	330.451	320.169	277.975	-13,2%	-3,1%
TOSCANA	6.088.555	5.680.393	5.282.742	-7,0%	-6,7%
TRENTINO ALTO ADIGE	489	488	402	-17,6%	-0,2%
UMBRIA	278.940	322.391	282.645	-12,3%	15,6%
VENETO	707.819	1.650.857	1.647.659	-0,2%	133,2%
ITALIA	**29.539.133**	**31.041.436**	**31.085.663**	**0,1%**	**5,1%**

Fonte: elaborazione OCP su dati SISTAN

* I dati relativi ai musei e beni statali sono aggiornati all'8 giugno 2004.

Nel 2003 gli introiti ammontano a 85.115.109 euro, in leggera flessione (-0,8%) rispetto al 2002. Tale riduzione non è legata ad una diminuzione del costo medio del biglietto, che nel 2003 aumenta ulteriormente attestandosi a 5,6 euro[8], bensì ad un aumento dei visitatori non paganti che – per la prima volta dal 2000 – sono in maggioranza (51,3%) rispetto a quelli paganti[9].

È da evidenziare che nel triennio 2001-2003 il peso degli istituti a pagamento e di quelli gratuiti è rimasto invariato rispetto al totale dell'insieme di beni monitorati. Si registra un incremento del numero di visite in occasione della "Settimana per la Cultura", giunta nel 2003 alla sua quinta edizione e svoltasi dal 5 all'11 maggio. In occasione di tale evento l'ingresso ai musei e beni statali, ma anche ai beni di proprietà di altri enti che aderiscono all'iniziativa, è stato reso gratuito. L'edizione 2003 ha previsto attività culturali di vario genere – spettacoli teatrali e proiezioni cinematografiche gratuite – alle quali il pubblico ha risposto con interesse: sono 1.087.416 le visite effettuate in occasione della 5° "Settimana per la Cultura", il 3% in più rispetto all'edizione precedente e ben il 79% in più rispetto all'edizione del 2001. L'incremento di pubblico registrato a livello nazionale in concomitanza con la "Settimana per la Cultura" non ha invece interessato il Piemonte, che segna una flessione del 30%.

Passando dal piano nazionale a quello europeo, attraverso le statistiche relative al settore cultura di diversi Paesi si è ricostruito l'andamento delle visite ai musei e monumenti nel quinquennio 1998-2002[10]. La scelta di adottare valori relativi e non valori assoluti muove dal fatto che si è in presenza di tipologie di beni differenti a seconda del Paese considerato – a titolo esemplificativo nel caso dell'Italia e della Francia l'insieme dei beni monitorati si compone dei soli musei e beni statali, nel caso della Svezia sono compresi musei e gallerie d'arte, mentre per la Germania sono comprese istituzioni sia pubbliche sia private; pertanto solo un confronto fra le tendenze in atto e non un confronto quantitativo delle affluenze può essere significativo.

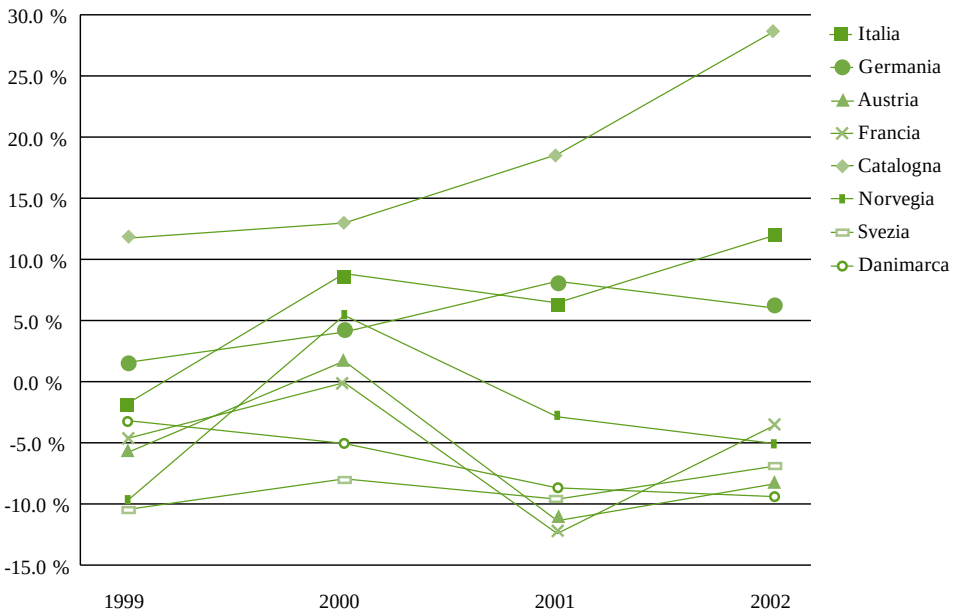
[8] Il costo medio del biglietto è stato di 5,4 euro nel 2002, di 5,1 euro nel 2001, di 4,9 euro nel 2000.

[9] È inclusa nel numero dei "non-paganti" la quota dei visitatori dei musei e beni gratuiti.

[10] Al momento della redazione della Relazione Annuale non sono ancora disponibili i dati relativi al 2003.

Dal grafico sull'andamento delle visite nei Paesi europei si evidenzia una crescita costante esclusivamente per la Catalogna[11], i cui i forti investimenti sul patrimonio artistico e culturale e le strategie attivate in particolare nella città di Barcellona – che hanno in parte trovato stimolo nelle Olimpiadi del 1992 – sembrano aver innescato un processo virtuoso che vede fra i principali risultati un aumento dei soli turisti stranieri da 19,3 milioni nel 1998 a 23,5 nel 2002.

Fig. 2 Andamento delle visite nei musei e beni di alcuni paesi europei (1999 - 2002) valore % anno base = 1998



Fonte: elaborazione OCP su statistiche culturali dei Paesi europei

Un andamento positivo delle visite si evidenzia anche per l'Italia e la Germania. L'incremento delle affluenze ai musei statali italiani nell'arco del quinquennio 1998-2002 si attesta quasi al 12% e il risultato non cambia se il confronto si effettua con i dati del 2003; più contenuto, pari a 6,2%, è invece l'incremento dei musei pubblici e privati tedeschi. Per i restanti Paesi considerati (Austria, Danimarca, Norvegia e Svezia) nel quinquennio 1998-2002 si evidenziano flessioni comprese fra il 5% e l'8% a seconda del Paese considerato[12].
Fa eccezione la Francia per la quale, a fronte di un andamento altalenante, non si registrano sostanziali variazioni nel periodo considerato.

Le visite ai musei e beni culturali piemontesi nel 2003

Nel 2003 i musei e beni culturali oggetto del monitoraggio OCP sono 82, di cui 38 facenti parte del Sistema Museale Metropolitano torinese e 44 aventi sede nel resto del territorio regionale.
Le 82 realtà monitorate rappresentano circa il 16% dei beni oggetto del Censimento 2001 dei musei e dei beni culturali del Piemonte[13]. Tale Censimento ha preso in considerazione

[11] Ganeralitat de Catalunya, Departament de Cultura, *Estadìstiques culturals de Catalunya 2003*, 2003.

[12] Si ricorda che i dati si riferiscono esclusivamente ai musei e beni statali.

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

l'insieme dei beni accessibili al pubblico in forma regolamentata, per un totale di 515 strutture (540 se si considerano le sedi distaccate). La copertura del monitoraggio OCP è notevole (raggiunge l'82%) relativamente ai beni con affluenza di pubblico superiore alle 100.000 unità; si riduce progressivamente quando l'analisi si concentra su realtà con affluenze più contenute[14]: quanto alla tipologia dei beni monitorati, nel 2003 sono compresi 46 musei e 2 centri espositivi, 17 entità fra castelli, forti e palazzi, 8 beni devozionali e altri 7 fra parchi, orti botanici e biblioteche. Ai musei e ai beni monitorati nel 2002, lo studio del 2003 aggiunge nel Sistema Museale Metropolitano il Museo Diffuso della Resistenza, della Deportazione, della Guerra, dei Diritti e della Libertà inaugurato il 30 maggio 2003, mentre non è stata possibile la rilevazione di tre beni localizzati sul resto del territorio: Fondazione Sandretto Re Rebaudengo di Guarene d'Alba (CN), Museo Valdese di Torre Pellice (TO), Castello Comunale Falletti di Barolo (CN).

Gli 82 beni monitorati in regione nel 2003 hanno totalizzato 3.017.591 visite, il 9% in più rispetto allo scorso anno. Tale aumento, quantificabile in termini assoluti in 250.000 ingressi, sembra esser riuscito a contrastare la stasi, in altri termini la fase di "non-crescita", che aveva caratterizzato il triennio 2000-2002. Per i 37 beni del Sistema Museale Metropolitano torinese confrontabili con il 2002 si registra complessivamente un aumento del 7,2%, mentre l'incremento è del 12,3% per i 44 beni localizzati sul territorio.

Più che di una "svolta" caratterizzante l'intero sistema museale – intendendo in questo caso sia quello Metropolitano torinese sia l'insieme dei beni localizzati sul resto del territorio – è tuttavia preferibile parlare di risultato positivo per una parte dei beni e per ragioni diverse a seconda che si considerino i beni compresi nel Sistema Museale Metropolitano o quelli diffusi sul territorio. Per i primi si legge una forte correlazione fra l'organizzazione di mostre o di eventi e il buon risultato in termini di pubblico registrato nel 2003, mentre per i secondi tale ragione sembra valere solo in minor misura: sul buon esito incide infatti in modo consistente l'affluenza complessiva ai Sacri Monti. Nel 2003 le visite ai Sacri Monti sono state oltre 390.000, un numero elevato soprattutto se si tiene conto che nel 2003 non sono stati realizzati eventi di forte richiamo del turismo religioso, come lo furono invece l'Ostensione della Sindone nel 1998 e il Giubileo nel 2000. Il 2003 ha tuttavia rappresentato un anno importante per i 7 beni piemontesi appartenenti a questa tipologia, che costituiscono, insieme ad altri 2 beni localizzati in Lombardia, l'area denominata "Sacri Monti del Piemonte e della Lombardia": a partire dal 3 luglio 2003 il sito dei Sacri Monti è infatti iscritto nella lista del Patrimonio Mondiale dell'UNESCO. Occorre però puntualizzare che l'aumento delle affluenze rilevato nel 2003 per i tre Sacri Monti monitorati dall'OCP[15] solo in parte può essere legato ad un'intensificazione delle attività volte a migliorarne la fruizione e la valorizzazione[16] – in tale direzione, ad esempio, a partire dal 30 maggio 2003 è stata ripristinata la funivia che facilita l'accesso al Sacro Monte di Varallo; una quota delle differenze percentuali registrate dal Sacro Monte di Crea e dal Sacro Monte di Varallo sono infatti anche conseguenza di cambiamenti, rispetto agli anni precedenti, intercorsi nelle modalità di rilevazione dei dati di pubblico (in particolare, una correzione degli strumenti utilizzati per il conteggio delle visite nel caso del Sacro Monte di Crea e l'estensione del monitoraggio a un numero maggiore di giornate nel caso del Sacro Monte di Varallo).

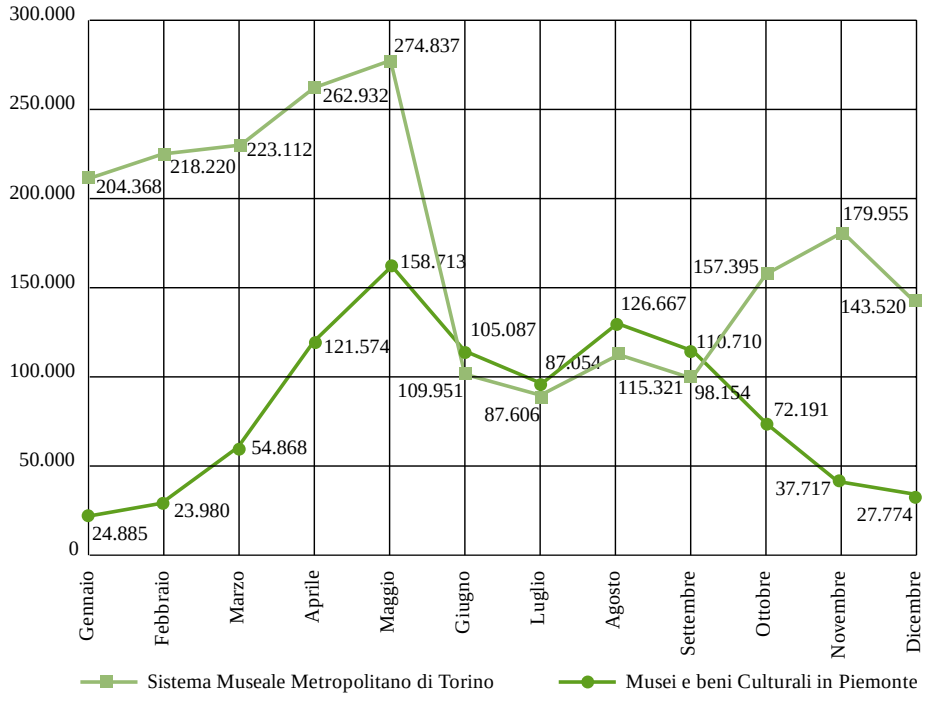
La distribuzione delle affluenze nel corso del 2003 vede per il Sistema Museale Metropolitano una maggiore concentrazione nella prima parte dell'anno: da gennaio a maggio le visite mensili passano gradatamente dalle 200.000 alle quasi 300.000 unità per poi segnare nel mese di giugno un forte calo (si passa infatti a circa 100.000 visite) cui segue il periodo, da luglio a settembre, di minore affluenza – gli ingressi registrati in questi tre mesi non rappresentano che il 15% del totale delle visite monitorate nel corso di tutto il 2003. Come si è verificato anche per gli scorsi anni, ad eccezione del 2001, nell'ultimo trimestre si assiste ad una ripresa delle visite.

[14] Il monitoraggio riguarda il 60% delle realtà che registrano un numero di visite compreso fra 50.000 e 100.000, il 53% di quelle comprese fra 10.000 e 50.000, il 16% dei beni la cui affluenza va da 1.000 a 10.000, e solo l'1% dei beni con un numero di visite inferiore a 1.000.

[15] Sacri Monti di Crea, d'Orta e di Varallo.

[16] A partire dal 2001 ha sede a Crea il Coordinamento dei Sacri Monti, tra le cui funzioni è la messa a punto di azioni congiunte che vanno dalle scelte della segnaletica e di arredo al calendario degli eventi e delle mostre. Si ricorda inoltre che Crea è anche sede del Centro di Documentazione dei Sacri Monti, Calvari e Complessi Devozionali Europei.

Fig. 3 Musei e beni culturali del Piemonte: andamento mensile delle visite (2003)



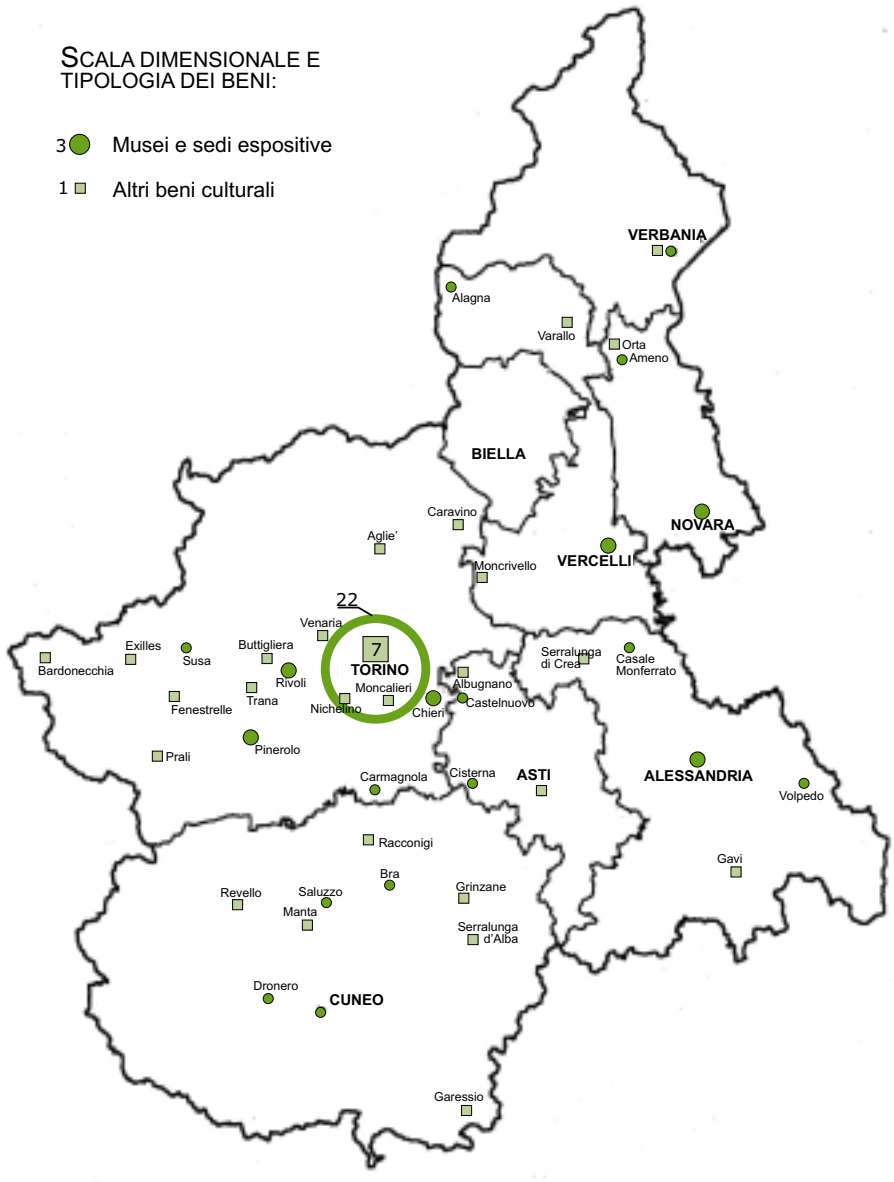
Fonte: elaborazione OCP su dati Marca

L'attività espositiva temporanea incide sulle affluenze sia nella prima parte dell'anno sia nell'ultimo trimestre – alcune fra le mostre più visitate si sono infatti svolte in questo periodo – mentre il periodo luglio-settembre conosce nel 2003 il minor numero di visite rispetto agli analoghi intervalli di tempo dei quattro anni precedenti: l'attività espositiva temporanea svoltasi in tale periodo del 2003, seppur con discreta capacità attrattiva in alcuni casi, non è stata tale da raggiungere quella degli eventi che hanno contraddistinto altri momenti dell'anno. Non si individuano al tempo stesso differenze sostanziali quanto a numero di arrivi e di presenze rispetto al medesimo periodo nel precedente triennio[17].

La curva di affluenza che caratterizza il Sistema Museale Metropolitano si dimostra diversa da quella degli altri beni localizzati sul territorio regionale: in questo caso emergono due picchi nel corso dell'anno, in concomitanza con il mese di maggio e di agosto, mentre è nei mesi centrali dell'anno – da aprile a settembre – che si concentra il maggior numero di affluenze (il 75% del totale).

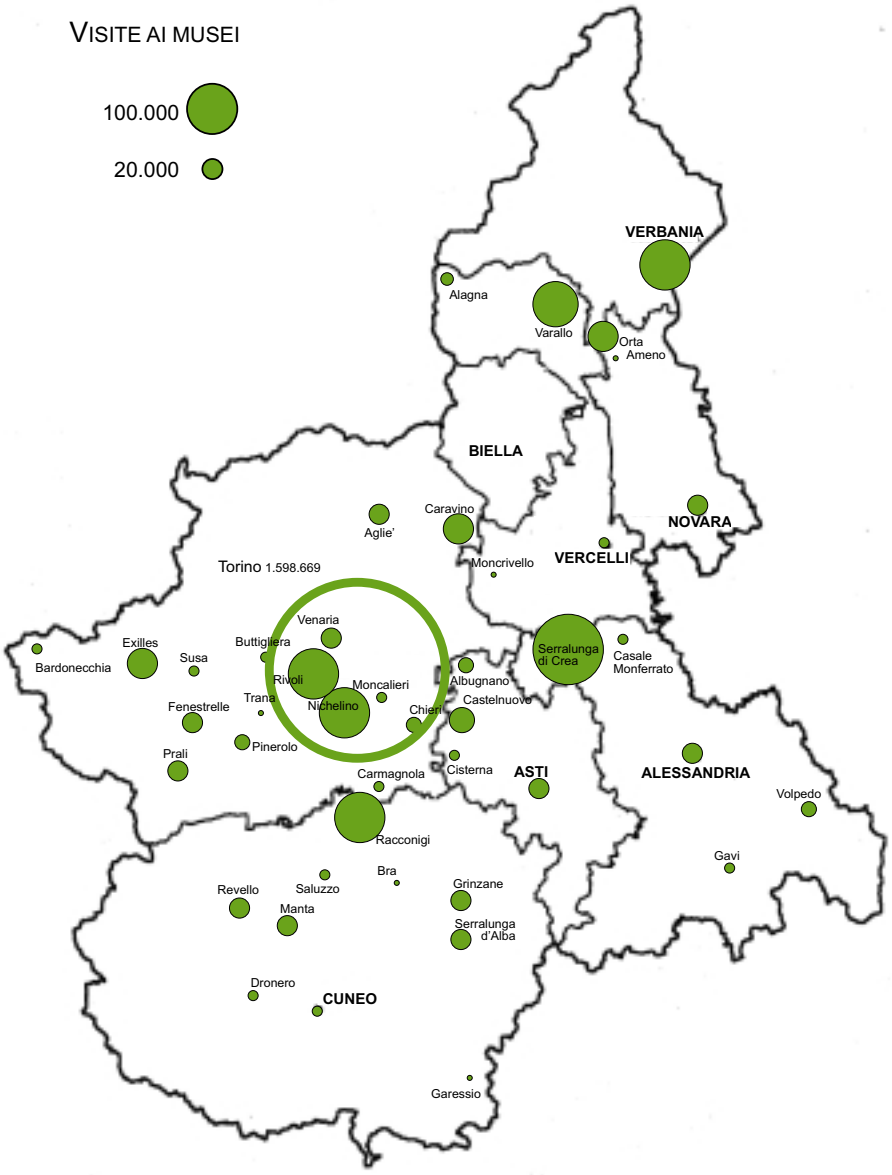
[17] Osservatorio Turistico Regionale, *Dati statistici sul turismo in Piemonte. Anno 2003*. Torino: Regione Piemonte – Agenzia Turistica regionale per la promozione del Piemonte, 2004.

Fig. 4 Musei e beni culturali monitorati dall'OCP (2003)



Fonte: elaborazione OCP su dati Marca, giugno 2004

Fig. 5 Musei e beni culturali monitorati dall'OCP (2003)



Fonte: elaborazione OCP su dati Marca, giugno 2004

Sistema Museale Metropolitano di Torino (2001-2003)

Nel 2003 il monitoraggio dei musei e dei beni del Sistema Museale Metropolitano torinese ha riguardato 38 realtà, che hanno registrato complessivamente 2.066.371 visite. Dopo un triennio caratterizzato da una situazione definita già nelle precedenti Relazioni Annuali "di sostanziale stabilità", si assiste ad uno spostamento verso l'alto della soglia delle affluenze, che per la prima volta superano i 2 milioni di visite. I dati sulle affluenze sembrano riconoscere un ruolo di rilievo all'organizzazione di eventi espositivi temporanei che, anche nel 2003, sono stati numerosi all'interno del Sistema Museale Metropolitano. In particolare, la proposta di mostre da parte delle istituzioni museali e dei beni culturali si dimostra essere la leva più influente dell'interesse dell'offerta culturale per l'utente che dispone della tessera di libero accesso ai musei (l'Abbonamento Musei Torino Piemonte), il cui utilizzo evidenzia del resto forti relazioni con le politiche espositive (si veda più avanti il paragrafo 1.3). In relazione all'aumento rilevante dei possessori di tale tessera nel 2003 (29.720 contro 16.752 del 2002) e del suo utilizzo medio (passato da 8 visite per abbonato nel 2001 e 2002 a 8,4 nel 2003), è possibile osservare come all'esito positivo delle affluenze nel 2003 abbiano in buona parte contribuito i consumi degli abbonati, la cui incidenza percentuale sul totale delle visite monitorate all'interno dei musei confrontabili con il monitoraggio OCP sale al 10% (era del 6,4% nel 2002).

Solo negli anni a venire si potrà valutare con certezza se tale andamento sia una ripresa del trend di crescita che aveva caratterizzato la seconda metà degli anni Novanta; come evidenziato poco sopra, infatti, ad avere segno positivo non sono tutte le realtà monitorate ma 20 delle 36 confrontabili con il 2002. Il risultato resta tuttavia confortante alla luce di diversi fattori: come illustrato nel precedente paragrafo, a livello nazionale per i beni statali il 2003 è caratterizzato da stabilità rispetto all'anno precedente; al tempo stesso i dati sulle presenze turistiche sono sostanzialmente simili rispetto al 2002 – sebbene si registrino aumenti degli arrivi[18] – sia relativamente all'area metropolitana torinese sia relativamente alla sola città di Torino.

Se si analizzano i dati di pubblico delle singole istituzioni emerge che, come per il precedente biennio 2001-2002, le realtà che registrano il più alto numero di visite sono il Museo Nazionale del Cinema – ascensore panoramico e il Museo Egizio, che si attestano attorno alle 300.000 presenze. Il Museo Nazionale del Cinema, i cui dati di pubblico sono comprensivi delle affluenze all'ascensore panoramico, segna nel 2003 oltre 340.000 unità, cifra che più si avvicina al risultato del primo anno di attività, con un incremento del 10,2% rispetto al 2002. Il Museo Egizio segna una lieve flessione rispetto al 2002, con un numero di visite inferiore, anche se di poco, alle 300.000 unità (298.974).
Rispetto al precedente biennio, all'interno del Sistema Museale Metropolitano si amplia la rosa dei beni che superano le 100.000 visite, passando da tre a cinque. Fra questi è compresa la Palazzina di Caccia di Stupinigi, il cui risultato è indubbiamente legato alla mostra *Da Tiziano a Caravaggio a Tiepolo* – l'evento espositivo temporaneo che nell'anno in questione ha totalizzato il maggior numero di visite – ospitata nella Palazzina ancora per i primi due mesi del 2003[19]. A seguire, per consistenza del numero di affluenze, vi sono la Fondazione Palazzo Bricherasio, la Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea e il Castello di Rivoli, strutture dall'attività espositiva particolarmente vivace che segnano, seppur in misura diversa, aumenti del numero di visite. All'elenco si aggiunge anche il Castello di Racconigi, stabile rispetto al 2002.

[18] Nel 2003 le presenze registrate nella città di Torino sono state 1.800.207 (-1,02% rispetto al 2002); quelle registrate nell'area metropolitana torinese sono state 2.295.191 (+0,76% rispetto al 2002). Gli arrivi in Torino sono stati 606.225 (+5,6% rispetto al 2002), mentre quelli relativi all'area metropolitana torinese sono stati 841.927 (+7,04% rispetto al 2002).

[19] La mostra si è svolta dal 12/11/2002 al 02/03/2003.

Tab. 3 Sistema Museale Metropolitano torinese[1]: visite (2001-2003)

Prov.	Comune	Musei e beni culturali	2001	2002	2003	Differenza % 2002-2001	Differenza % 2003-2002
CN	Racconigi	Castello di Racconigi	96.792	110.946	109.017	14,62%	-1,74%
TO	Agliè	Castello Ducale di Aglié	27.367	29.326	22.134	7,16%	-24,52%
TO	Moncalieri	Castello di Moncalieri	5.638	9.242	6.498	63,92%	-29,69%
TO	Nichelino	Palazzina di Stupinigi	54.664	93.476	172.623	71,00%	84,67%
TO	Rivoli	Castello di Rivoli	106.746	95.431	113.272	-10,60%	18,70%
TO	Torino	Armeria Reale	37.671	39.525	23.630	4,92%	-40,22%
TO	Torino	Biblioteca Reale	4.470	9.227	22.440	106,42%	143,20%
TO	Torino	Borgo e Rocca Medioevale	51.406	51.379	45.628	-0,05%	-11,19%
TO	Torino	Fondazione Italiana Fotografia(2)	19.930	11.699	17.285	-41,30%	47,75%
TO	Torino	Fondazione Palazzo Bricherasio	125.187	125.903	132.944	0,57%	5,59%
TO	Torino	Galleria Sabauda	42.936	38.000	22.980	-11,50%	-39,53%
TO	Torino	GAM (3)	112.075	117.117	124.875	4,50%	6,62%
TO	Torino	Museo Arti Decorative Accorsi	32.314	26.388	32.911	-18,34%	24,72%
TO	Torino	Museo Civico Numismatica (4)	381	chiuso	chiuso		
TO	Torino	Museo Civico Pietro Micca	21.107	21.945	23.936	3,97%	9,07%
TO	Torino	Museo della Sindone	6.785	7.149	7.923	5,36%	10,83%
TO	Torino	Museo di Antichità	23.459	28.213	20.414	20,27%	-27,64%
TO	Torino	Museo Egizio	306.722	302.488	298.974	-1,38%	-1,16%
TO	Torino	Museo Nazionale Automobile	41.943	35.161	45.381	-16,17%	29,07%
TO	Torino	Museo Nazionale Cinema (5)	361.394	308.694	340.110	-14,58%	10,18%
TO	Torino	Museo Nazionale Montagna	40.040	40.333	40.004	0,73%	-0,82%
TO	Torino	Museo Nazionale Risorgimento	42.054	48.048	62.756	14,25%	30,61%
TO	Torino	Museo Regionale Scienze Naturali	25.090	32.276	54.443	28,64%	68,68%
TO	Torino	Palazzo Barolo	9.397	4.771	8.919	-49,23%	86,94%
TO	Torino	Palazzo Cavour (6)	21.773	22.805	26.406	4,74%	15,79%
TO	Torino	Palazzo Madama (7)	36.386	48.539	8.270	33,40%	-82,96%
TO	Torino	Palazzo Reale	102.913	94.489	88.961	-8,19%	-5,85%
TO	Torino	Pinacoteca Albertina	1.896	1.865	3.123	-1,64%	67,45%
TO	Torino	R come…	21.059	19.084	14.623	-9,38%	-23,38%
TO	Torino	Reali Tombe e Basilica di Superga	41.858	28.211	29.455	-32,60%	4,41%
TO	Venaria Reale	Castello Reggia di Venaria Reale	18.215	16.175	15.664	-11,20%	-3,16%
Totale musei monitorati 2001			**1.839.668**	**1.817.905**	**1.935.599**	**-1,18%**	**6,47%**
TO	Rivoli	Casa del Conte Verde		35.230	25.506		-27,60%
TO	Torino	Fondazione Teatro Regio		16.039	11.501		-28,29%
TO	Torino	Museo Storia Naturale Don Bosco		3.568	5.033		41,06%
TO	Torino	Orto Botanico		1.846	3.136		69,88%
TO	Torino	Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli		42.128	74.877		77,74%
TO	Venaria Reale	Appartamenti Reali Venaria Reale		3.055	2.988		-2,19%
Totale musei monitorati 2002				**1.919.771**	**2.058.640**		**7,23%**
TO	Torino	Museo della Resistenza			7.731		
Totale musei monitorati 2003					**2.066.371**		

(1) Il Sistema Museale Metropolitano torinese comprende parte del circuito delle Residenze Sabaude: Palazzo Reale e Palazzo Madama a Torino, Reggia di Venaria Reale (To); Castello di Rivoli (To); Castello Moncalieri (To); Palazzina di Caccia di Stupinigi (To); Castello Ducale di Aglié (TO), Castello di Racconigi (CN).
(2) Nel mese di settembre del 2001 e 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.
(3) I dati della GAM includono le affluenze della sede di Villa Remmert di Ciriè (To).
(4) Nel 2001 il Museo Civico di Numismatica è stato aperto per i soli primi quattro mesi dell'anno.
(5) I dati del Museo Nazionale del Cinema includono le presenze all'ascensore panoramico.
(6) Nel 2001 e nel 2002 non sono pervenuti i dati completi di Palazzo Cavour.
(7) I dati di Palazzo Madama sono relativi alle affluenze delle mostre in corso. Non sono inclusi gli ingressi allo Scalone dell'avancorpo juvarriano.

Fonte: elaborazione OCP su dati Marca

Un numero di visite superiore a 50.000 unità è stato registrato anche per altre 4 strutture: Palazzo Reale, Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli – essendo l'inaugurazione avvenuta nel settembre 2003, il primo anno intero di attività della Pinacoteca è proprio il 2003 –, Museo Nazionale del Risorgimento e Museo Regionale di Scienze Naturali, la cui attività espositiva in termini di pubblico ha assunto nel 2003 particolare significato (a titolo esemplificativo, la mostra *Zoologia fantastica. Unicorni, draghi, basilischi e manticore* svoltasi in prevalenza nel 2003 ha segnato oltre 48.000 visite).

Oltre alle strutture sopra menzionate il monitoraggio del Sistema Museale Metropolitano ha riguardato altre 17 strutture che nel 2003 hanno totalizzato ciascuna un numero di visite compreso fra 50.000 e 10.000 e 9 strutture che hanno contato meno di 10.000 visite.

In valori assoluti i maggiori incrementi di affluenze sono stati registrati dalla Palazzina di Caccia di Stupinigi (quasi 80.000 visite), dal Museo Nazionale del Cinema – Ascensore Panoramico (oltre 31.000 visite) e dal Museo Regionale Scienze Naturali (oltre 22.000 visite). L'insieme dei beni tradizionalmente definiti come appartenenti al circuito d'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 e Fondazione Palazzo Bricherasio) segnala circa 390.000 visite, in aumento dell'11% rispetto al 2002. Naturalmente l'offerta torinese di arte contemporanea non è limitata alle sole strutture citate – che fra l'altro ospitano in modo temporaneo anche opere e oggetti di periodi ben distanti da quello contemporaneo. Alle sedi sopra menzionate se ne aggiungono altre: in primis la Fondazione Sandretto Re Rebaudengo per l'Arte Contemporanea, di cui si dispone del solo dato relativo alle visite in occasione delle mostre ospitate nel 2003 (oltre 61.000); ma Palazzo Cavour e Palazzo Barolo ospitano anch'essi esposizioni di arte contemporanea.
Vi sono poi gli eventi quali *Artissima – Internazionale di Arte Contemporanea* che ha segnato circa 30.000 ingressi; *Gemine Muse*, che ha interessato oltre al torinese Museo di Antichità con circa 6.000 presenze, altre 3 sedi piemontesi, per un totale di circa 10.000 visite; vi è poi un insieme di rassegne e manifestazioni di arte contemporanea a cielo aperto che hanno preso piede negli ultimi anni.
Relativamente al circuito delle Residenze Sabaude (i cui beni monitorati sono il Castello di Rivoli – Museo di Arte Contemporanea, il Castello di Racconigi, la Palazzina di Caccia di Stupinigi – Museo d'Arte e Ammobiliamento, il Castello Ducale di Agliè, la Reggia di Venaria Reale, il Castello di Moncalieri, Palazzo Madama e Palazzo Reale), nel 2003 le visite (536.439) sono in aumento rispetto al 2002 (+8%). Continua dunque a livello complessivo il trend positivo individuato già nel triennio 2000-2002; tuttavia, nel 2003, l'incremento di pubblico è il risultato di soli due beni, la Palazzina di Caccia di Stupinigi che, come già accennato, ha ospitato la mostra più visitata in Piemonte nel 2003 e il Castello di Rivoli; per le restanti Residenze si individuano viceversa flessioni più o meno marcate. Nel caso di Palazzo Madama – rispetto al quale sono oggetto di monitoraggio OCP le sole visite alle mostre e non gli ingressi liberi allo Scalone Juvarriano – la forte oscillazione è legata ad una diversa copertura annuale dell'attività temporanea (se nel 2002 sono state ospitate esposizioni temporanee per circa 7 mesi, nel 2003 il periodo di svolgimento dell'unica mostra è stato di circa 2 mesi).

La distribuzione delle affluenze nel corso dell'anno vede per il Sistema Museale Metropolitano la maggiore concentrazione di visite da gennaio a maggio, periodo in cui gli ingressi mensili passano progressivamente da 200.000 a quasi 300.000. In tale periodo sono state allestite anche alcune fra le mostre più visitate, fra cui *Da Tiziano a Caravaggio a Tiepolo* alla Palazzina di Caccia di Stupinigi, *Gli Artisti del Faraone* a Palazzo Bricherasio, *Transavanguardia* al Castello di Rivoli. Nel primo e nel secondo trimestre le visite hanno rag-

giunto rispettivamente circa 646.000 e 639.000 unità.
A partire dal mese di giugno si assiste ad un forte calo che dura sino a settembre incluso (si scende infatti a circa 100.000 visite mensili); gli ingressi registrati da luglio a settembre non rappresentano che il 15% (301.000) del totale delle visite monitorate nel corso del 2003. È luglio il mese in cui è stato individuato il minor numero di visite, come anche nel biennio precedente. Come si è verificato negli scorsi anni, ad eccezione del 2001, l'ultimo trimestre vede una crescita delle affluenze. Anche in questo periodo, come per il primo trimestre dell'anno, ha influito l'attività espositiva temporanea: la mostra *Africa. Capolavori da un continente* presso la Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea ha registrato da ottobre a dicembre 2003 oltre 73.000 visite. Nel quarto trimestre gli ingressi sono stati complessivamente 481.000 circa.
Rispetto ai rispettivi trimestri del 2002 si evidenzia nel primo un forte incremento, pari al 50%, mentre nel secondo trimestre l'aumento è nettamente inferiore (5%). Relativamente al terzo e al quarto trimestre si osservano invece delle flessioni, pari al 14% nel primo caso e al 4% nel secondo.

Ripartizione delle visite per titolo di ingresso nel Sistema Museale Metropolitano

Le modalità di ingresso a musei e beni culturali sono molteplici e diverse a seconda dell'istituzione, cosicché risulta sempre più complesso ricondurle a macrotipologie sulla base delle quali effettuare un confronto nel corso degli anni. Non solo vi sono modalità di ingresso differenziate a seconda delle istituzioni, ma queste adottano criteri diversi per classificare alcune delle suddette modalità oramai condivise dalla gran parte dei beni del Sistema Museale Metropolitano torinese: è questo il caso degli ingressi con le tessere di libero accesso ai musei.
Nel 2003, rispetto alle oltre 2.066.371 visite monitorate all'interno del Sistema Museale Metropolitano torinese, è stato possibile effettuare una ripartizione certa nelle tre principali

Tab. 4 Sistema Museale Metropolitano torinese(1): visite per titolo di ingresso (2003)

Mesi	N° musei	Interi	Ridotti	Gratuiti	Totali titoli d'ingresso (2)	Totali ingressi complessivi
Gennaio	35	17.930	21.103	52.925	91.958	204.368
Febbraio	35	13.951	41.683	52.729	108.363	218.220
Marzo	35	27.975	46.204	78.600	152.779	223.112
Aprile	34	38.429	53.268	73.755	165.452	262.932
Maggio	36	26.940	46.419	95.279	168.638	274.837
Giugno	36	15.016	16.106	22.432	53.554	100.951
Luglio	33	15.289	14.032	17.756	47.077	87.606
Agosto	32	22.436	14.773	23.061	60.270	115.321
Settembre	31	9.168	11.191	23.395	43.754	98.154
Ottobre	34	26.533	26.902	42.401	95.836	157.395
Novembre	34	33.369	36.619	54.419	124.407	179.955
Dicembre	34	24.317	26.355	45.497	96.169	143.520
	Totali	**271.353**	**354.655**	**582.249**	**1.208.257**	**2.066.371**

(1) Il Sistema Museale Metropolitano torinese comprende parte del circuito delle Residenze Sabaude: Palazzo Reale e Palazzo Madama a Torino, Reggia di Venaria Reale (To); Castello di Rivoli (To); Castello Moncalieri (To); Palazzina di Caccia di Stupinigi (To); Castello Ducale di Aglié (TO), Castello di Racconigi (CN).
(2) I "Totali titoli d'ingresso" derivano dalla somma dei biglietti interi, ridotti, gratuiti. Non coincidono con i "Totali ingressi complessivi" perché di alcuni musei non è stato possibile identificare gli ingressi secondo le tipologie della tabella.

Fonte: elaborazione OCP si dati Marca

tipologie (a biglietto intero, ridotto e gratuito) per 1.208.257 visite, il 58% cioè del totale delle affluenze registrate. In altri termini, per un numero consistente di visite (860.000) non è stato possibile effettuare la ripartizione, elemento questo che non consente un confronto puntuale con gli anni precedenti – in cui invece la ripartizione è stata possibile per una quota mai inferiore al 77%. Facendo riferimento al triennio 2001-2003, per i 22 musei del Sistema Museale Metropolitano in cui è possibile confrontare i dati si possono delineare alcune tendenze: la composizione delle visite per titolo di ingresso vede una progressiva riduzione del peso dei biglietti interi (dal 31% nel 2001 al 22% nel 2003) e un aumento del peso di quelli gratuiti (dal 39,3% nel 2001 al 49% nel 2003) che in parte può essere spiegato dal successo delle iniziative finalizzate ad ampliare la fruizione (come nel caso della "Settimana per la Cultura" proposta dai musei e beni statali, che prevedeva l'accesso gratuito alle istituzioni statali, o della "Giornata Internazionale dei Musei" indetta dall'Icom il 18 maggio, in occasione della quale la Città di Torino ha proposto un cartellone di iniziative comprendenti speciali visite guidate, incontri, proiezioni, ma anche aperture gratuite[20]). Un secondo fattore può essere individuato nell'aumento degli utenti dell'Abbonamento Musei Torino Piemonte (una quota significativa degli ingressi con Abbonamento rientra nella categoria dei biglietti gratuiti). Più altalenante nel corso degli anni è invece l'incidenza dei biglietti ridotti.
L'andamento delle visite nel corso dell'anno è simile per le tre tipologie di ingresso ma mentre per i biglietti interi si evidenziano due punte di massima, una più accentuata nel mese di aprile l'altra a novembre, per le tipologie dei ridotti e dei gratuiti la massima emissione si concentra tra marzo e maggio. È proprio nel mese di maggio che si registra il massimo scostamento a favore dei biglietti gratuiti, quando cioè sono più numerose le iniziative che prevedono la fruizione gratuita dei beni per i quali normalmente è previsto il biglietto di ingresso a pagamento, ed anche più numerose sono le visite scolastiche, conteggiate da diversi musei fra gli ingressi gratuiti. Confrontando gli ingressi registrati da alcuni musei statali[21] in occasione della "Settimana per la Cultura" (5-11 maggio 2003) con quelli della settimana precedente e delle 2 settimane successive, è possibile riscontrare l'esistenza di un "effetto-prezzo" che induce a privilegiare i consumi museali – se non ad indurne di maggiori – proprio in occasione della settimana della gratuità all'accesso. L'incidenza delle presenze durante la "Settimana per la Cultura" sul totale delle affluenze registrate nelle quattro settimane considerate varia da circa il 30% al 60% a seconda dell'istituzione. Occorre inoltre considerare che anche il 1° maggio i musei sono stati aperti al pubblico gratuitamente registrando una forte affluenza; di conseguenza l'incidenza delle visite durante la "Settimana della Cultura" risulta attenuata.

Il secondo picco di ingressi interi in corrispondenza del mese di novembre trova in parte spiegazione con lo svolgimento concomitante di una delle mostre con maggiore capacità attrattiva realizzate nel corso del 2003: *Africa. Capolavori da un continente*.

Musei e beni culturali delle province del Piemonte (2001-2003)

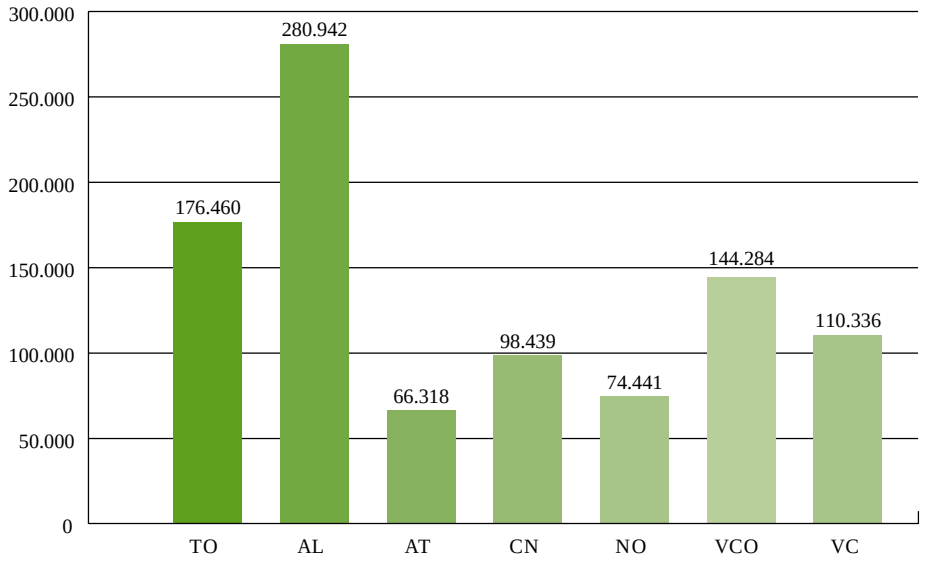
Le visite effettuate nel 2003 nei 44 beni monitorati localizzati al di fuori del Sistema Museale Metropolitano torinese sono state complessivamente 951.220. Il peso di tali affluenze sul totale delle visite in regione, analogamente a quanto registrato nel precedente triennio 2000-2002, è circa del 31%, mentre sul totale del Sistema Museale Metropolitano è del 46%; anche in questo caso non si registrano sostanziali variazioni rispetto al precedente triennio.
Il confronto con il 2002, possibile per tutti i 44 beni, segna un incremento complessivo di oltre il 12%. Il risultato positivo non riguarda tuttavia l'insieme dei beni, poiché per 24 di questi si registrano flessioni.

Come per il 2002, a fronte di un'attività espositiva numericamente consistente (sono 51 le

[20] Si tratta delle strutture per le quali è disponibile la disaggregazione giornaliera delle visite in quel periodo: Armeria Reale, Castello di Agliè, Castello di Racconigi, Galleria Sabauda.

[21] La Città dei Torino, Settore Educazione al Patrimonio Culturale, ha realizzato in occasione della giornata un'indagine sul pubblico mediante somministrazione di questionari, i cui risultati sono disponibili all'indirizzo: http://www.comune.torino.it/museiscuola/esperienze/diciotto.htm.

Fig. 6 Musei e beni culturali delle province del Piemonte: visite (2003)



Fonte: elaborazione OCP su dati Marca

mostre censite) non si evidenziano eventi con una ripercussione in termini di affluenze paragonabili a iniziative realizzate in anni precedenti, anche se non sono mancate proposte con una significativo riscontro di pubblico (a titolo esemplificativo si pensi alla mostra *Tesori del Marchesato Paleologo* realizzata alla Fondazione Ferrero di Alba in provincia di Cuneo, che ha totalizzato 21.000 visite).

La distribuzione delle visite nel corso del 2003 segue le curve disegnate anche nello scorso triennio 2000-2002, con la presenza di due picchi, uno a maggio e l'altro ad agosto. Rispetto ai periodi analoghi del triennio precedente, nel maggio 2003 si evidenzia il 26% circa di visite in più (conteggiabili in 14.000 ingressi). Sul totale delle visite di maggio incidono notevolmente (22%) le visite ai Giardini di Villa Taranto a Verbania, le visite al Castello di Masino di Caravino (che dal 1° al 4 maggio ha ospitato la XII edizione di *Tre Giorni per il Giardino*, mostra mercato di piante insolite), ma anche le visite ai Sacri Monti, che incidono soprattutto sul picco di agosto (il 52% delle visite di agosto sono registrate ai tre Sacri Monti monitorati). Oltre ai già menzionati Sacri Monti e Giardini di Villa Taranto influenzano significativamente il picco di agosto anche i Forti di Exilles e di Fenestrelle (complessivamente il 14% del totale delle visite registrate in agosto).

Al di là della distribuzione mensile delle visite, la classifica dei beni monitorati più visitati vede collocati nelle prime cinque posizioni i tre Sacri Monti (di Crea, di Varallo e d'Orta) Villa Taranto e il Castello di Masino. Mentre il Sacro Monte di Crea e i Giardini di Villa Taranto registrano un numero di visite tra le 140.000 e 240.000 unità, gli atri tre hanno segnato un numero di ingressi compreso fra 50.000 e 100.000. All'interno della rosa dei 44 beni monitorati sul territorio piemontese vi sono poi 12 beni il cui numero di visite è compreso fra 10.000 e 40.000, altri 11 con affluenze comprese tra 5.000 e 10.000 e altri 16 con numero di ingressi inferiore a 5.000.
Dai dati relativi alle affluenze si legge dunque una forte preferenza per quei beni in grado non solo di esercitare "attrazione culturale" ma che più in generale costituiscono poli di inte-

Tab. 5 Musei e beni culturali delle province del Piemonte[1]: visite (2001-2003)

Prov.	Comune	Musei e beni culturali	Mesi			Visite			Differenza %	
			2001	2002	2003	2001	2002	2003	2002-2001	2003-2002
AL	Alessandria	Museo di Marengo	12	12	7	6.149	7.518	2.230	22,26%	-70,34%
	Alessandria	Museo Etnografico "C'era una volta"	12	12	12	13.991	14.013	14.725	0,16%	5,08%
	Casale Monferrato	Museo Civico di Casale Monferrato	12	12	12	4.840	5.461	5.712	12,83%	4,60%
	Gavi	Forte di Gavi	12	12	12	5.906	6.016	5.505	1,86%	-8,49%
	Serralunga di Crea	Sacro Monte di Crea	12	12	12	182.745	172.555	243.948	-5,58%	41,37%
	Volpedo	Studio Pellizza da Volpedo	12	12	12	52.668	2.102	8.822	-96,01%	319,70%
Totale provincia di Alessandria						**266.299**	**207.665**	**280.942**	**-22,02%**	**35,29%**
AT	Albugnano	Abbazia di Vezzolano	11	12	12	12.655	12.610	11.058	-0,36%	-12,31%
	Castelnuovo D.B.	Museo Missionario Don Bosco	12	12	12	27.466	29.918	30.873	8,93%	3,19%
	Cisterna d'Asti	Museo Arte e Mestieri di un tempo	12	11	8	6.273	7.408	4.423	18,09%	-40,29%
Totale provincia di Asti						**46.394**	**49.936**	**46.354**	**7,63%**	**-7,17%**
CN	Bra	Museo Civico Craveri di Storia Naturale	10	11	12	2.240	3.392	1.818	51,43%	-46,40%
	Cuneo	Museo Civico di Cuneo	12	12	11	6.162	5.612	5.309	-8,93%	-5,40%
	Dronero	Museo Civico Storico Artistico "Mallé"	12	12	12	7.696	5.750	3.887	-25,29%	-32,40%
	Grinzane	Castello e Museo Etnografico Grinzane Cavour	11	11	10	23.443	22.148	16.075	-5,52%	-27,42%
	Manta	Castello della Manta	11	11	10	21.609	24.918	21.189	15,31%	-14,97%
	Revello	Abbazia di Santa Maria di Staffarda	12	12	12	24.381	22.655	21.215	-7,08%	-6,36%
	Saluzzo	Museo Civico Casa Cavassa	11	3	3	12.104	215	2.850	-98,22%	1225,58%
	Serralunga d'Alba	Castello di Serralunga d'Alba	12	12	12	20.613	26.383	23.923	27,99%	-9,32%
Totale provincia di Cuneo						**118.248**	**111.073**	**96.266**	**-6,07%**	**-13,33%**
NO	Novara	Civiche Raccolte di Palazzo del Broletto	12	12	12	9.137	16.492	12.987	80,50%	-21,25%
	Novara	Museo di Storia Naturale "F. Ferrandi"	12	12	12	8.771	8.519	8.683	-2,87%	1,93%
	Orta San Giulio	Sacro Monte di Orta	12	11	12	55.390	49.920	51.510	-9,88%	3,19%
	Vacciago di Ameno	Fondazione "Antonio e Carmela Calderara"	6	6	6	1.291	1.415	1.261	9,60%	-10,88%
Totale provincia di Novara						**74.589**	**76.346**	**74.441**	**2,36%**	**-2,50%**
TO	Caravino	Castello di Masino	11	11	11	39.155	41.881	49.752	6,96%	18,79%
	Carmagnola	Museo Civico di Storia Naturale "Cascina Vigna"	12	9	10	3.968	4.251	3.192	7,13%	-24,91%
	Chieri	Museo Martini di Storia dell'Enologia	11	11	11	6.269	7.184	6.624	14,60%	-7,80%
	Exilles	Forte di Exilles	12	12	12	44.914	40.684	40.352	-9,42%	-0,82%
	Fenestrelle	Forte di Fenestrelle	12	12	12	29.439	23.953	22.388	-18,64%	-6,53%
	Pinerolo	Museo Civico d'Arte Preistorica	12	12	12	8.960	9.334	7.233	4,17%	-22,51%
	Pinerolo	Museo Storico dell'Arma di Cavalleria	12	12	11	4.869	5.917	3.949	21,52%	-33,26%
	Rosta	Abbazia di Sant'Antonio di Ranverso	12	12	12	8.544	10.290	7.120	20,44%	-30,81%
Totale provincia di Torino						**146.118**	**143.494**	**140.610**	**-1,80%**	**-2,01%**
VB	Verbania	Giardini di Villa Taranto	7	8	8	142.704	134.177	138.950	-5,98%	3,56%
	Verbania	Museo Storico e Artistico del Verbano	7	8	7	2.643	3.314	5.334	25,39%	60,95%
Totale provincia di Verbania						**145.347**	**137.491**	**144.284**	**-5,40%**	**4,94%**
VC	Moncrivello	Castello di Moncrivello	9	5	8	1.725	866	1.484	-49,80%	71,36%
	Varallo Sesia	Sacro Monte di Varallo	12	12	12	67.860	49.080	94.652	-27,67%	92,85%
	Vercelli	Museo Camillo Leone	12	12	12	1.735	3.644	3.013	110,03%	-17,32%
	Vercelli	Museo Civico Francesco Borgogna	12	12	11	10.248	2.389	2.489	-76,69%	4,19%
Totale provincia di Vercelli						**81.568**	**55.979**	**101.638**	**-31,37%**	**81,56%**
Totale musei monitorati dal 2001						**878.563**	**781.984**	**884.535**	**-10,99%**	**13,11%**
AT	Asti	Complesso San Pietro		12	12		9.278	9.194		-0,91%
AT	Asti	Museo Civico Sant'Anastasio		12	12		7.792	10.770		38,22%
VC	Alagna Valsesia	Walser Museum		12	12		6.811	8.698		27,71%
TO	Trana	Giardino Botanico di Rea		5	5		3.886	1.180		-69,63%
TO	Susa	Museo Diocesano di Arte Sacra		10	12		2.961	3.106		4,90%
TO	Prali	Scoprimiriera		11	11		25.479	23.820		-6,51%
TO	Bardonecchia	Forte di Bramafam		4	5		4.144	4.644		12,07%
TO	Chieri	Museo del Tessile		12	12		3.000	3.100		3,33%
CN	Garessio	Castello Reale di Casotto		4	12		1.589	2.173		36,75%
Totale musei monitorati dal 2002							**846.924**	**951.220**		**12,31%**

Nella provincia di Torino non è compreso il Sistema Museale Metropolitano torinese. (1) Si ricorda che in quest'ultimo sono comprese le Residenze Sabaude: Palazzo Reale e Palazzo Madama a Torino, Reggia di Venaria Reale (To); Castello di Rivoli (To); Castello Moncalieri (To); Palazzina di Caccia di Stupinigi (To); Castello Ducale di Aglié (TO), Castello di Racconigi (CN).

Fonte: elaborazione OCP su dati Marca

resse turistico, dove la localizzazione e soprattutto il contesto paesaggistico e/o naturalistico sembrano giocare un ruolo preminente. Soprattutto relativamente ai beni fuori Torino, laddove non è l'attività espositiva temporanea a fungere da catalizzatore, sembra essere la sede – ed in particolare la sua localizzazione – il principale stimolo alla visita; vi è inoltre una parte delle visite – ci si riferisce in questo caso alle affluenze ai complessi devozionali – legate al turismo religioso.
Suddividendo i beni piemontesi per tipologia, si evidenzia una flessione (-5%) per le istituzioni museali nel loro insieme: una diminuzione, più consistente (-19%) venne già registrata nel 2002 rispetto al 2001, anno in cui, lo ricordiamo, fu particolarmente vivace l'attività espositiva temporanea presso le sedi museali monitorate al di fuori del Sistema Museale Metropolitano. La tipologia castelli-forti-residenze-palazzi segna anch'essa una flessione (-9,4%) dopo un triennio di aumenti del numero di visite. Relativamente ai parchi e giardini le visite risultano in lieve aumento. L'aumento più consistente (+35%) viene registrato dalla tipologia complessi devozionali, anche se è necessario puntualizzare che il risultato è esclusivamente legato ai Sacri Monti, poiché per i restanti 4 beni, comprendenti complessi e abbazie, si individuano viceversa fenomeni di flessione[21].

L'aumento delle affluenze nei beni al di fuori del Sistema Museale Metropolitano ha riguardato 3 delle 7 province interessate dal monitoraggio.

Dei 6 musei monitorati in provincia di **Alessandria**, 4 hanno registrato un aumento del numero di visite. L'incremento più consistente in valori assoluti viene segnato dal Sacro Monte di Crea. Presenta un aumento del numero di visite anche lo Studio Pellizza da Volpedo, localizzato nell'omonimo comune: benché lontano dal successo riscosso nel 2001 in occasione della mostra *Il Quarto Stato e il Suo Cantiere*[22], la realizzazione nel 2003 dell'esposizione temporanea *Un capolavoro ritrovato* – in occasione della quale sono affluiti quasi 6.000 visitatori – ha contribuito a spostare verso l'alto la soglia del numero di visite che dal 1999, ad eccezione del 2001, si attestava a circa 2.000 presenze. Rispetto agli altri 4 beni monitorati in provincia di Alessandria presentano aumenti nel numero di visite anche il Museo Etnografico "C'era una volta" ad Alessandria e il Museo Civico di Casale Monferrato; viceversa registrano flessioni il Museo Marengo (Alessandria) e il Forte di Gavi. Nel 2003 le visite complessive monitorate nei 6 beni in provincia di Alessandria sono state 280.942, in aumento rispetto al 2002.

I 5 beni monitorati in provincia di **Asti** hanno totalizzato 66.318 visite, evidenziando un lieve calo rispetto al 2002. Mentre il Museo Civico Sant'Anastasio (Asti) e, in minor misura, il Museo Missionario Don Bosco (Castelnuovo Don Bosco) segnano aumenti del numero di ingressi, per il Museo Arte e Mestieri di un Tempo (Cisterna d'Asti), per l'Abbazia di Vezzolano (Albugnano) e per il Complesso San Pietro (Asti) si individuano flessioni.

Come già rilevato per il 2002, anche nel 2003 viene registrata una flessione per l'insieme di beni monitorati (-12,6%) in provincia di **Cuneo**. Tale fenomeno interessa 7 degli 8 beni monitorati: Museo Civico Craveri di Storia Naturale (Bra), Museo Civico di Cuneo, Museo Civico Storico Artistico "Mallé" (Dronero), Castello e Museo Etnografico Grinzane Cavour (Grinzane Cavour), Castello di Manta, Abbazia di Santa Maria di Staffarda (Revello), Castello di Serralunga d'Alba. A parità di mesi di apertura (3 sia per il 2002 sia per il 2003) si evidenzia un incremento degli ingressi per il Museo Civico Casa Cavassa (Saluzzo) che, riaperto in ottobre 2003 dopo un anno e mezzo di chiusura per lavori di restauro, ha inoltre ampliato i propri servizi al pubblico introducendone anche di nuovi, fra cui la caffetteria.
Il numero complessivo delle visite nei beni monitorati in provincia di Cuneo è 98.439.

Relativamente alla provincia di **Novara**, le 4 sedi monitorate, che totalizzano 74.441 visite,

[21] Il monitoraggio 2003 non ha interessato musei o beni in provincia di Biella.

[22] In occasione de *Il Quarto Stato e il Suo Cantiere* affluirono circa 50.000 visitatori.

segnano una lieve flessione (-2,5%) rispetto al 2002. Tale flessione ha interessato le Civiche Raccolte di Palazzo del Broletto (Novara) – la cui attività temporanea, comunque vivace anche per il 2003 (le mostre organizzate sono state 6, erano 8 nel 2002) ha avuto un minor riscontro in termini di affluenze – e la Fondazione Antonio e Carmela Calderara (Vacciago di Ameno). Si rilevano invece lievi incrementi di pubblico per il Museo di Storia Naturale "Faraggiana Ferrandi" (Novara) e per il Sacro Monte di Orta (Orta San Giulio).

In provincia di **Torino** il monitoraggio ha riguardato 13 beni che hanno totalizzato 176.460 visite, in lieve flessione (3,5%) rispetto al 2002. Sono 9 le sedi per le quali si individua una diminuzione di pubblico: Museo Civico di Storia Naturale "Cascina Vigna" (Carmagnola), Museo Martini di Storia dell'Enologia (Chieri), Forte di Fenestrelle, Museo Civico d'Arte Preistorica e Museo Storico dell'Arma di Cavalleria (questi ultimi due di Pinerolo), Abbazia di Sant'Antonio di Ranverso (Rosta), Giardino Botanico Rea (Trana), Scopriminiera (Prali) e Forte di Exilles (il cui numero di visite, a distanza di 3 anni dalla sua riapertura, sembra trovare un proprio equilibrio attorno alle 40.000 unità). Si rilevano invece incrementi per il Castello di Masino a Caravino – il quinto bene più visitato fra i 44 monitorati al di fuori del Sistema Museale Metropolitano torinese, il Museo Diocesano di Arte Sacra di Susa, il Forte di Bramafam (Bardonecchia) e il Museo del Tessile (Chieri). Solo alcuni dei beni localizzati sul territorio delle valli alpine (Susa, Chisone e Pinerolese) sembrano dunque aver beneficiato dell'aumento dei flussi turistici, sia in termini di arrivi (passati da circa 195.000 del 2002 a oltre 236.000 del 2003) sia in termini di presenze (passate da circa 800.000 a oltre 1 milione).

I due beni monitorati in provincia del **Verbano-Cusio-Ossola** hanno registrato entrambi incrementi del numero di visite: i Giardini di Villa Taranto (Verbania), che rappresentano il secondo bene dopo il Sacro Monte di Crea per numero di affluenze (in totale 138.950, in aumento del 4% rispetto al 2002) e il Museo Storico e Artistico del Verbano (anch'esso a Verbania). Sono 144.284 le visite complessive all'interno dei due beni monitorati nella provincia del Verbano-Cusio-Ossola, il 5% in più rispetto al 2002.

Nel 2003 i 5 beni monitorati in provincia di **Vercelli** hanno totalizzato 110.336 visite, in aumento rispetto al 2002. Ad eccezione del Museo Camillo Leone, i restanti 4 beni hanno registrato aumenti in termini di visite: si tratta del Sacro Monte di Varallo, del Castello di Moncrivello, del Museo Civico Francesco Borgogna (Vercelli) e del Walser Museum (Alagna Valsesia).

L'affluenza scolastica nei musei e beni culturali del Piemonte

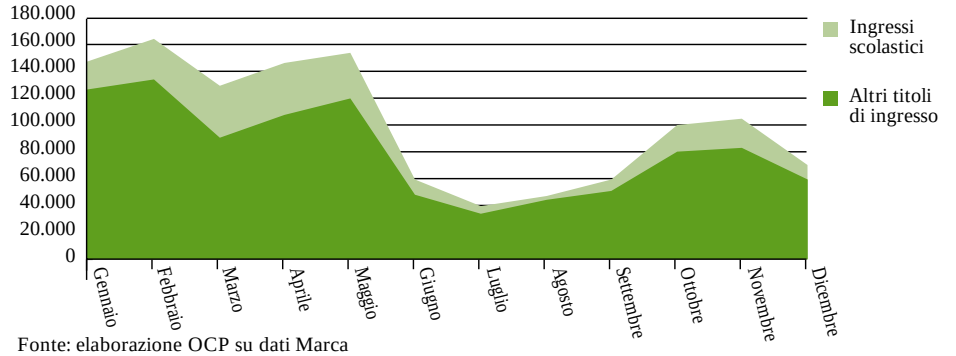
Nel 2003 i dati di pubblico relativi alle visite scolastiche sono disponibili per 43 delle 82 realtà monitorate in tutta la regione. Dei 43 beni che raccolgono i dati disaggregati evidenziando questa tipologia di utenza, 20 fanno parte del Sistema Museale Metropolitano, mentre i restanti 23 sono diffusi sul territorio.

Le visite scolastiche nei 43 beni sono state complessivamente 287.085 e rappresentano, sempre relativamente ai medesimi beni, il 20,3% del totale delle affluenze.

Il peso delle affluenze scolastiche raggiunge il 27,7% nei beni facenti parte del Sistema Museale Metropolitano, in cui si concentrano 237.845 visite scolastiche, mentre scende a 18,8% per i musei e beni diffusi sul territorio, che nel complesso hanno totalizzato 49.240 visite con questa tipologia di ingresso. In entrambi i casi si segnala una diminuzione dell'incidenza delle visite scolastiche sul totale delle visite rispetto al 2002 (del 2% circa relativamente al SMM e dell'1% per i restanti beni).

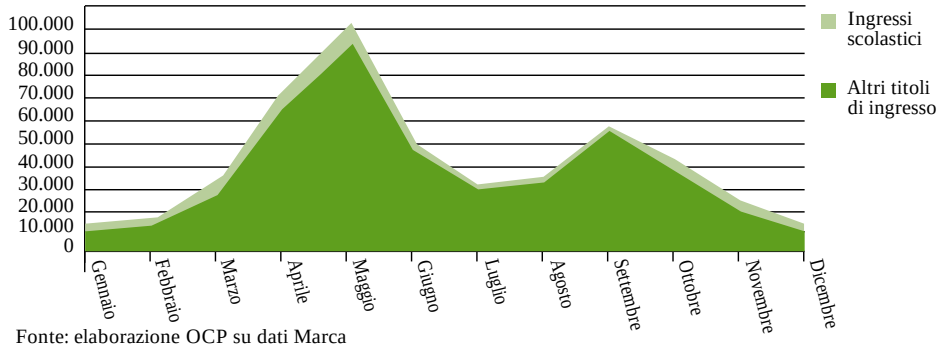
Nel 2003 fra le prime 5 istituzioni che hanno registrato il maggior numero di affluenze scolastiche all'interno del Sistema Museale Metropolitano (numero compreso fra le oltre 45.000 visite e 20.000 visite) si individuano il Castello di Rivoli, la Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea, la Palazzina di Caccia di Stupinigi, il Museo Nazionale del Risorgimento Italiano e il Borgo e Rocca Medievale. Salvo lievi cambiamenti di posizione – nell'anno considerato la Palazzina di Caccia di Stupinigi sale al terzo posto, posizione che nel 2002 era invece occupata dal Borgo e Rocca Medievale – la composizione dei beni non registra cambiamenti rispetto al 2002. La maggiore incidenza percentuale dell'affluenza scolastica sul totale delle affluenza è invece rilevata da R come… (89% pari a oltre 13.000 visite di studenti).

Fig. 7 Affluenza scolastica nei musei e beni del sistema museale metropolitano torinese (2003)



Fonte: elaborazione OCP su dati Marca

Fig. 8 Affluenza scolastica nei musei e beni delle province del Piemonte (2003)



Fonte: elaborazione OCP su dati Marca

Al di fuori del Sistema Museale Metropolitano i beni più visitati da questa tipologia di utenza sono: Abbazia di Santa Maria di Staffarda (circa 11.000 visite), Museo Etnografico "C'era una volta", Abbazia di Sant'Antonio di Ranverso, Castello di Manta e Castello di Masino, le cui affluenze scolastiche, relativamente a ciascuno, sono comprese fra 2.000 e 4.000 unità circa. L'incidenza percentuale più elevata delle visite scolastiche sul totale delle affluenze viene rilevata al Museo Camillo Leone (79%) e al Museo Civico Craveri di Storia Naturale (58%) di Bra.

L'accessibilità dei musei e dei beni culturali del Piemonte ai disabili: alcuni elementi conoscitivi

Parlare di accessibilità di musei e beni significa, ovviamente, toccare un tema molto delicato, che contempla più ordini di problemi: si pensi ai musei ospitati in sedi storiche, spesso di grande pregio, alla pari delle collezioni che custodiscono, all'impatto che soluzioni standardizzate al problema rischiano di produrre su tali strutture. Al tempo stesso effettuare una valutazione attendibile del grado di accessibilità di un museo o di un bene si presenta come un processo complesso, essendo l'effettivo grado di accessibilità influenzato da un insieme composito di condizioni che, dal piano strutturale, si estendono a quelli informativo, relazionale e fruitivo, legato anche alla progettazione degli allestimenti o alla localizzazione (per i musei e beni culturali di montagna la raggiungibilità stessa dell'edificio può rappresentare spesso un ostacolo anche più grave di alcune specifiche barriere d'accesso).

Attraverso il Censimento dei musei e dei beni culturali del Piemonte[23] è stato tuttavia possibile rilevare l'ordine di grandezza del fenomeno dell'accessibilità, in particolare nella sua accezione di accessibilità fisica agli spazi e agli oggetti esposti per i disabili (intesi come soggetti con ridotta capacità motoria o sensoriale).

Dai risultati del Censimento la situazione dei musei e dei beni piemontesi al riguardo si presenta con luci ed ombre. Il Censimento consente di avere informazioni su 488 realtà – su 514 complessivamente censite – di cui 306 musei e 182 beni di diversa tipologia quali castelli, palazzi monumentali, scavi archeologici, parchi, sacri monti, centri espositivi, ecc. .

Rispetto ai 306 musei censiti, il 38% (116 musei) è risultato interamente accessibile ai disabili. Con piena accessibilità si intende la possibilità di effettuare la visita in condizioni di "adeguata sicurezza e autonomia"[24], che in altri termini significa potersi muovere liberamente e in sicurezza all'interno di una struttura, senza dipendere dall'intervento fisico di altre persone, salvo ricorrere ad ausili o strutture quali ascensori o simili. Di questi musei solo il 25% ha dovuto ricorrere a sostegni, percorsi differenziati o strutture per il superamento delle barriere architettoniche. Sempre relativamente ai musei, il 21% (65 strutture) dispone di accessibilità limitata. Nella maggior parte dei casi (se ne contano 32) questo si traduce nella possibilità per i disabili di effettuare la visita solo se con accompagnamento; in altri casi (27) si tratta di un'accessibilità in autonomia limitata al solo piano terreno mentre in altri casi ancora (6) la presenza di una puntuale barriera architettonica, come ad esempio uno scalino all'ingresso, preclude la visita in autonomia per il disabile. Per 118 musei (il 39%) si rileva la condizione di non accessibilità per i disabili.

Relativamente ai beni culturali di diversa tipologia (sono compresi castelli, palazzi, complessi devozionali, ecc.) si rileva rispetto ai musei una lieve prevalenza di strutture non accessibili ai disabili (si tratta di un'ottantina di realtà, pari al 42% delle 182 considerate) rispetto a quelle pienamente accessibili (41%), mentre i beni culturali con accessibilità limitata rappresentano il 15%. Il dato deve tener conto della natura di edifici che, per ubicazione, pregio e fragilità possono imporre limitazioni e ostacoli ad adattamenti strutturali di forte impatto in misura statisticamente maggiore di quanto accada per i musei ospitati in edifici meritevoli di tutela.

Una considerevole differenza nell'attenzione al problema intercorre tra gli ambiti metropolitani (Torino e, in misura variabile, gli altri capoluoghi di provincia e alcuni comuni di medie dimensioni) e il resto del territorio regionale. Le aree metropolitane sono caratterizzate dalla presenza di musei e beni facilmente raggiungibili generalmente oggetto di attenzione continuativa nelle politiche culturali delle rispettive amministrazioni, che si è tradotta in molti casi in programmi di riqualificazione e rinnovamento edilizio e museografico. Qui l'attenzione ai temi dell'accessibilità è complessivamente maggiore e la percentuale di musei e dei beni accessibili sale a circa il 60%.

[23] Il Censimento, promosso dalla Regione Piemonte, è stato realizzato dall'OCP, a cura di IRES Piemonte e Fondazione Fitzcarraldo.

[24] Si veda D.M. 236/1989, art. 2 alle lettere G e H.

1.3 Tessere di libero accesso ai musei di Torino e del Piemonte

Nel 2003 gli Abbonamenti Musei Torino Piemonte e le Torino Card vendute sono stati circa 45.000, di cui 29.720 Abbonamenti.

Le visite effettuate con tali tessere nelle 125 sedi aderenti all'iniziativa sono state complessivamente 311.603 (di cui 248.475 con l'Abbonamento Musei Torino Piemonte), il 78% in più rispetto al 2002. Nell'insieme, gli ingressi effettuati nel 2003 con le due tessere rappresentano il 10% delle visite registrate nei musei e beni monitorati dall'OCP.

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 2003 le formule attivate 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 ore[25].

Con l'acquisto di tali tessere, seppur con modalità diverse legate alla differente durata di ognuna, nel 2003 si può effettuare un numero illimitato di visite a 125 tra musei e altri beni culturali, alle collezioni permanenti ma anche alle esposizioni temporanee realizzate presso i beni aderenti. Per i possessori delle tessere vi sono inoltre vantaggi di vario genere, quali il libero accesso ai trasporti turistici – navigazione sul Po, ascensore panoramico della Mole Antonelliana, tranvia a dentiera Sassi-Superga –, riduzioni su biglietti di cinema e teatro e sull'acquisto di libri, ingresso libero ad *Artissima. Internazionale d'Arte Contemporanea*.

Gli Abbonamenti Musei Torino Piemonte 2003 e le Torino Card vendute nel 2003 sono stati complessivamente circa 45.000 e le visite effettuate con tali tessere nei beni aderenti sono state 311.603, il 78% in più rispetto al 2002[26]. Nell'insieme, gli ingressi effettuati nel 2003 con le due tessere rappresentano il 10% delle visite registrate dai musei e beni monitorati dall'OCP nel 2003 (3.017.591)[27].
Relativamente all'Abbonamento Musei Torino Piemonte 2003 sono state vendute 29.720 tessere: il 77,6% in più rispetto al 2002 e circa il triplo rispetto al 2000. Tali aumenti evidenziano come nel tempo il pubblico di riferimento, che in ragione della durata della tessera è costituito da consumatori abituali e residenti, sia stato coinvolto in misura crescente. All'incremento delle vendite ha corrisposto un più consistente aumento degli ingressi effettuati: con Abbonamento Musei Torino Piemonte 2003 gli ingressi sono stati 248.475, l'85% in più rispetto all'edizione 2002 e circa il quadruplo rispetto a quella del 2000. Per i 58 beni confrontabili con il 2002 l'aumento degli ingressi con l'Abbonamento è del 55,4%.
L'Abbonamento rappresenta 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 2003, 67 beni esterni al Sistema Museale Metropolitano hanno aderito all'iniziativa, 39 nel 2002 e 4 nel 2001. Come nel 2002 – primo anno in cui la tessera è stata estesa ad un cospicuo numero di beni del territorio piemontese – è nel Sistema Museale Metropolitano torinese che anche nel 2003 si concentra la grande maggioranza (94%) degli ingressi con Abbonamento. Il fenomeno è fortemente legato al fatto che la provenienza dell'abbonato è principalmente torinese (60,5% nel 2003) o della provincia di Torino (29,6%). Nel loro insieme i 45 beni al di fuori del Sistema Museale Metropolitano, di cui si dispone del dato di pubblico, hanno totalizzato circa 14.600 visite (il 5,8% del totale degli ingressi con Abbonamento) mentre le visite effettuate nei 44 fra musei e beni del Sistema Museale Metropolitano torinese sono state 233.681[28].
Gli ingressi effettuati con l'Abbonamento all'interno dei musei e beni confrontabili monitorati dall'OCP – in numero di 56 – rappresentano il 9,2% del totale delle visite nei medesimi

[25] L'Abbonamento Musei Torino Piemonte è gestito dall'Associazione Torino Città Capitale Europea, che ha fornito i dati sull'Abbonamento e 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.

[26] Nel 2002 era in vigore una terza tessera, la Carta Musei Torino Piemonte, della durata di 30 giorni, mentre la Torino Card esisteva solo nella formula con validità di 48 ore.

[27] Per il calcolo dell'incidenza degli ingressi con Abbonamento sono state sottratte le 7.735 visite effettuate con tale tessera nel mese di dicembre 2002; si ricorda infatti che la durata dell'Abbonamento Musei Torino Piemonte è di 13 mesi.

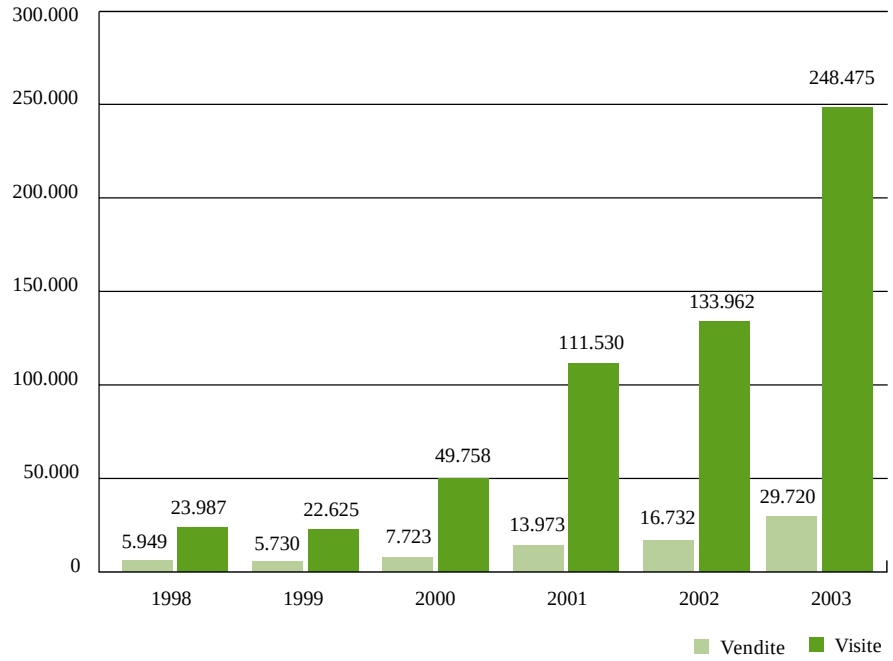
[28] Nelle 31 strutture con ingresso gratuito il dato non viene registrato.

beni. Se si considerano i soli beni facenti parte del Sistema Museale Metropolitano tale quota è pari al 10%, in netto aumento rispetto al dato analogo del 2002 in cui era pari al 6,4%, mentre per i restanti beni, diffusi sul territorio piemontese, la percentuale è del 3,4%. Come sottolineato già in indagini precedenti[29], l'incidenza degli ingressi con l'Abbonamento è particolarmente significativa da un lato per le sedi che hanno un'attività espositiva temporanea particolarmente vivace (la percentuale degli ingressi con Abbonamento raggiunge il 60% per la Fondazione Italiana per la Fotografia, il 44% per Palazzo Cavour e il 40,6% per Palazzo Madama[30]), dall'altra per quei beni il cui numero di affluenze è meno elevato. A titolo esemplificativo, relativamente al Sistema Museale Metropolitano, se si considerano i 7 beni il cui numero di visite monitorate è compreso fra 340.000 e 100.000, la quota di ingressi registrati con Abbonamento è in media di 8,5%, mentre per i 7 beni che registrano meno di 10.000 presenze l'incidenza sale al 18%. La stessa relazione, sebbene meno accentuata, si legge anche per i beni localizzati sul territorio.

Analizzando le singole sedi, nel 2003 come nel biennio precedente è la Fondazione Palazzo Bricherasio – che non ha una collezione propria ma ospita esclusivamente mostre – ad aver registrato il maggior numero di passaggi con l'Abbonamento (32.800, pari al 13% del totale degli ingressi con Abbonamento nei musei e beni aderenti al circuito); si tratta inoltre della sede che, sempre con Abbonamento, ha registrato il maggior aumento di visite in termini assoluti. Per numero di ingressi con tale tessera seguono la Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea (21.000 ingressi circa), la Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli (15.500 ingressi). Il Museo Nazionale del Cinema, l'ascensore panoramico della Mole Antonelliana, Palazzo Cavour, il Castello di Rivoli Museo d'Arte Contemporanea e la Fondazione Italiana per la Fotografia hanno registrato ciascuno un numero di ingressi che va da 10.000 a 13.000.

Fra i musei al di fuori del Sistema Museale Metropolitano di Torino il maggior numero di visite con l'Abbonamento è segnato dalla Sacra di San Michele (circa 2.000 visite), dal Forte di Exilles (circa 1.500 passaggi) e dal Castello di Masino (circa 1.000 visite).

Fig. 9 Abbonamento musei: vendite e visite (1998-2003)



Fonte: elaborazione OCP su dati Associazione torino Citt Capitale Europea

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

[30] Si tenga presente che il monitoraggio OCP riguarda esclusivamente gli ingressi avvenuti in occasione di mostre e non i passaggi del pubblico allo Scalone Juvarriano.

Nel 2003, in ragione del maggior aumento delle visite rispetto alle vendite, cresce anche la media di utilizzo della tessera, passata da 3,9 visite nel 1999 a 6,4 nel 2000, a 8 visite nel 2001 e nel 2002 e a 8,4 visite nel 2003. L'aumento dell'utilizzo medio della tessera è indice di come tale strumento sia riuscito nel tempo a stimolare il pubblico degli abbonati ad una frequentazione più assidua dei musei. Poiché l'Abbonamento consente un numero illimitato di visite, una volta effettuato l'investimento iniziale dell'acquisto il prezzo non costituisce più un ostacolo alla fruizione: si può quindi tornare più volte nelle stesse sedi, per una visita parziale della collezione, per vedere esposizioni temporanee o per accompagnare amici e parenti. Proprio il favorire consumi museali più liberi, in grado di "sfruttare" anche brevi intervalli di tempo, costituisce il principale vantaggio dell'Abbonamento.
Altro dato di interesse è rappresentato dai rinnovi, attraverso i quali il pubblico conferma il gradimento per l'iniziativa e per le proposte culturali: gli abbonati del 2002 che hanno rinnovato l'Abbonamento Musei nel 2003 sono il 53,7%, in crescita rispetto agli abbonati del 2001 che hanno rinnovato la tessera nel 2002 (pari al 48%).
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 più di 60.000 visite, il 24% del totale degli ingressi con tale tessera) e a novembre, periodi in cui sono state realizzate alcune fra le mostre che nel 2003 hanno attratto il maggior numero di visitatori – durante il primo trimestre dell'anno, seppur per durate diverse, vi sono state la mostra *Da Tiziano a Caravaggio a Tiepolo* alla Palazzina di Caccia di Stupinigi, *Transavanguardia* e *Nan Goldin* al Castello di Rivoli, *Gli Artisti del Faraone* a Palazzo Bricherasio, mentre in concomitanza con gli ultimi mesi dell'anno vi è stata ad esempio la mostra *Africa. Capolavori da un continente* alla GAM.
È nel periodo estivo – da giugno a settembre – che si registra invece il più basso numero di ingressi, analogamente a quanto evidenziato dall'analisi delle affluenze attraverso i monitoraggi OCP. Si riscontrano tuttavia dinamiche differenti a seconda che si considerino i beni del Sistema Museale Metropolitano o quelli diffusi sul territorio: al periodo di maggiore flessione delle visite con Abbonamento al Sistema Museale Metropolitano 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 2.300).

Tab. 6 Confronto delle professioni degli Abbonati (1999-2003)

	Valori assoluti					Valori relativi				
Professione	1999	2000	2001	2002	2003	1999	2000	2001	2002	2003
Studente	2.314	2.276	3.450	2.902	7.788	41,3%	30,2%	26,0%	19,0%	28,3%
Impiegato	886	1.642	2.651	3.462	5.684	15,8%	21,8%	20,0%	22,7%	20,7%
Pensionato	721	1.145	2.235	2.880	4.689	12,9%	15,2%	16,8%	18,9%	17,1%
Ceti superiori*	693	1.023	1.880	2.208	3.330	12,4%	13,6%	14,1%	14,5%	12,1%
Insegnante	262	480	837	947	1.467	4,7%	6,4%	6,3%	6,2%	5,3%
Casalinga	220	377	714	920	1.377	3,9%	5,0%	5,4%	6,0%	5,0%
Artigiano	45	77	280	128	208	0,8%	1,0%	2,1%	0,8%	0,8%
Operaio	47	73	174	154	335	0,8%	1,0%	1,3%	1,0%	1,2%
Commerciante	80	168	163	168	306	1,4%	2,2%	1,2%	1,1%	1,1%
Altro	179	102	114	529	288	3,2%	1,4%	0,9%	3,5%	1,0%
Disoccupato	16	26	30	40	65	0,3%	0,3%	0,2%	0,3%	0,2%
NR	145	146	592	905	1.955	2,6%	1,9%	4,5%	5,9%	7,1%
Totale	**5.608**	**7.535**	**13.288**	**15.243**	**27.492**	**100,0%**				

* Fanno parte dei cei superiori liberi professionisti, imprenditori, dirigenti, docenti universitari, magistrati.

Fonte: elaborazione OCP su dati Associazione Torino Città Capitale Europea

I dati sul profilo socio-anagrafico dell'abbonato evidenziano una prevalenza di donne, che negli anni coprono una quota sempre maggiore del numero totale degli utenti (57,1% nel 2003, 55% nel 2002 e nel 2001, 53% nel 2000 e 52% nel 1999). Le classi di età maggiormente rappresentate sono quelle dei giovani tra 18 e 29 anni e degli adulti tra 41 e 55 anni. Mentre il peso di quest'ultima classe si mantiene sostanzialmente stabile nel quinquennio 1999-2003, la percentuale dei giovani di età compresa fra i 18 e i 29 anni registra forti oscillazioni. In particolare nel 2003 la quota dei giovani sale al 27% (era di 18,45% nel 2002). Il dato è tuttavia influenzato dall'acquisto da parte del Senato Accademico dell'Università di Torino di 4.000 tessere; se infatti si escludono le 4.000 tessere la percentuale dei giovani scende al 16% e aumenta invece quella degli abbonati appartenenti alle altre classi[31]. La classe di età meno rappresentata è quella dei minori di 18 anni (4,18% degli abbonati nel 2003), la cui incidenza percentuale sul totale diminuisce nell'ultimo triennio. Per questa categoria di utenti esistono tuttavia altri incentivi che potrebbero rendere meno conveniente l'acquisto dell'Abbonamento: in molti musei i minori di 6 anni entrano gratuitamente e alcune agevolazioni sulle tariffe di ingresso sono previste per i ragazzi minori di 18 anni. Si tenga presente che parte degli abbonati sotto i 18 anni sono costituiti da 15enni che attraverso il progetto Pass 15 (iniziativa 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) possono ritirare gratuitamente l'Abbonamento Musei.

Le categorie professionali maggiormente rappresentate sono: impiegati, studenti, pensionati e ceti superiori[32]. Come anche per le classi di età, la distribuzione fra le 4 sopra citate varia molto nel 2003 a seconda che si consideri o meno l'acquisto delle 4.000 tessere destinate agli studenti universitari: se si escludono tali tessere si individua per gli studenti una progressiva diminuzione nel corso degli anni, che diventa forte aumento se invece questo dato viene incluso; sostanzialmente stabile negli anni è la quota degli impiegati, mentre cresce l'incidenza percentuale dei pensionati.

L'Abbonamento Musei Torino Piemonte 2003 è stato acquistato prevalentemente (68%) in sedi non museali, comprendenti in primo luogo i punti di informazione turistica e più in generale di informazione sulle proposte culturali anche per i residenti (quali Antichi Chiostri, Turismo Torino, Vetrina per Torino), ma anche nei punti vendita commerciali (librerie e biglietterie teatrali). Le vendite nei musei rappresentano il 32% di quelle complessive.

Come ricordato poco sopra, oltre all'Abbonamento Musei Torino Piemonte nel 2003 era in vigore una seconda tessera, la Torino Card, destinata principalmente ai turisti. Le Torino Card vendute sono state complessivamente circa 15.000[33], con le quali sono state effettuate 63.128 visite nel corso dell'anno. L'esistenza di formule diverse rispetto al 2002 non consente confronti puntuali per il biennio 2002-2003. Si riscontrano differenze rispetto all'Abbonamento quanto alla distribuzione mensile delle visite: è ad aprile (10.686 visite) che si concentra il maggior numero di ingressi con Torino Card, cui segue il mese di dicembre, con circa 7.000 visite.

Diverse sono anche le preferenze dell'acquirente di Torino Card rispetto a quelle del titolare dell'Abbonamento: trattandosi di una formula creata prevalentemente per un pubblico di turisti le relazioni con le politiche espositive sono meno rilevanti. Gioca invece sulle scelte dell'utente di Torino Card da un lato il desiderio di visitare le istituzioni più note della città, dall'altro il fattore tempo: i limiti temporali delle tessere possono infatti indurre a concentrare le visite in città e prevalentemente nelle zone centrali. Fra i beni maggiormente visitati con Torino Card si trovano il Museo del Cinema, il Museo Egizio, Palazzo Reale, le Reali Tombe di Casa Savoia presso la Basilica di Superga, il Museo Nazionale del Risorgimento, la Palazzina di Caccia di Stupinigi.

[31] Le classi d'età considerate sono: <18; 18-29; 30-40; 41-55; 56-65; >65.

[32] In questa categoria sono compresi: liberi professionisti, imprenditori, dirigenti, docenti universitari, magistrati.

[33] La cifra comprende sia la Torino Card con validità 48 ore sia quella con validità 72 ore.

È invece piuttosto limitato l'utilizzo di Torino Card nelle sedi localizzate fuori del Sistema Museale Metropolitano (le visite corrispondono ad appena l'1% del totale delle visite con la tessera). Fra i beni al di fuori del Sistema Museale Metropolitano, il maggiore interesse per l'utente di Torino Card è suscitato dalla Sacra di San Michele, dalle Abbazie di Staffarda e di Sant'Antonio di Ranverso.

Gli ingressi effettuati con le Torino Card all'interno di 56 fra musei e beni monitorati dall'OCP confrontabili nel 2003 rappresentano il 2,7% del totale delle visite nei medesimi beni. Tale percentuale sale al 3,1% per i soli beni del Sistema Museale Metropolitano, mentre scende allo 0,1% per i restanti beni.

Da un confronto con i dati relativi ai flussi turistici all'interno dell'area metropolitana torinese – dove si concentra la quasi totalità degli ingressi con Torino Card – non si legge una corrispondenza fra gli andamenti nel corso dell'anno di arrivi/presenze e utilizzo della tessera: i flussi turistici presentano infatti le punte di massima all'interno dell'area metropolitana torinese nei mesi di ottobre e di maggio[34], mentre, come accennato poco sopra, il picco di utilizzo della Torino Card corrisponde al mese di aprile e in secondo battuta a quello di dicembre. Le 15.000 Torino Card complessivamente vendute corrispondono all'1,8% del totale degli arrivi all'interno dell'area metropolitana torinese nel 2003.

[34] Sono circa 85.000 gli arrivi in corrispondenza di entrambi i mesi, mentre si contano circa 280.000 presenze nel mese di ottobre e 220.000 presenze nel mese di maggio.

1.4 MOSTRE

Sono circa 203 le mostre monitorate in Piemonte nel 2003, una trentina in più rispetto al 2002, di cui 126 realizzate all'interno dei musei e beni del Sistema Museale Metropolitano torinese e un centinaio nel resto del territorio. Non si individuano sostanziali variazioni rispetto al precedente biennio quanto a numero di ingressi, stimabili in un numero compreso tra 1,3 e 1,5 milioni di presenze.
Fra gli eventi che hanno registrato il maggior numero di ingressi, ancorché a cavallo di due anni, vanno menzionate le mostre *Da Tiziano a Caravaggio a Tiepolo. Capolavori di tre secoli di arte italiana* presso la Palazzina di Caccia di Stupinigi, *Africa. Capolavori da un continente* presso la Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea, ed *Experimenta. A te gli occhi. Il mondo tra magia e scienza* tenutasi al Parco Michelotti.

Uno sguardo oltre regione

Un quadro dell'attività espositiva temporanea nel contesto europeo viene fornito dai dati pubblicati da "Il Giornale dell'Arte"[35]. Un primo elemento che sembra caratterizzare il 2003 riguarda la maggiore "dimensione", intesa come numerosità di affluenze, degli eventi. Quanto alle preferenze del pubblico, tanto a livello internazionale quanto a livello nazionale, prevale l'interesse per i temi archeologici, per l'arte antica e moderna, ma più in generale è da sottolineare la forte attrazione esercitata dai nomi prestigiosi (Van Gogh e Michelangelo per gli eventi italiani, Modigliani per la Francia, Calder e Jasper Johns per Bilbao).

Rispetto al 2002 quasi raddoppiano le mostre europee che hanno segnato oltre 300.000 visite (sono 22 nel 2003, erano 13, 9 e 12 rispettivamente nel 2002, nel 2001 e nel 2000); si mantiene stabile il numero di quelle che hanno registrato da 100.000 a 300.000 visite, mentre sono diminuite, passando da 91 a 58, le mostre le cui affluenze sono comprese nel range tra 50.000 e 100.000 visite.

Coerentemente con i dati sopra citati aumenta la media di visitatori per mostra, che passa da 143.000 ingressi nel 2002 a 174.000 ingressi nel 2003 – si tenga presente che l'analisi a livello europeo riguarda le sole mostre che hanno registrato almeno 50.000 ingressi. Fra i Paesi che hanno realizzato il maggior numero di mostre con affluenza superiore a 300.000 presenze vi è in primo luogo l'Italia: 6 mostre se si considera anche *Dove il sì suona* agli Uffizi – il cui biglietto di ingresso era però integrato con quello del museo – visitata da poco meno di 1,3 milioni di persone[36], contro le 4 mostre del 2002. Si segnalano anche la Francia, con 5 eventi nel 2003 rispetto a 2 dell'anno precedente, e la Spagna. Fra gli altri Paesi che hanno ospitato grandi eventi vi sono inoltre Russia, Paesi Bassi, Gran Bretagna, Germania e Austria.
Prendendo in considerazione il quadriennio 2000-2003 si osserva come, sino al 2002, ad un aumento progressivo del numero di mostre non abbia corrisposto un pari incremento del numero di visite; viceversa nel 2003, a fronte di un calo del numero di eventi temporanei pari al 6% (se ne contano 157 nel 2003, mentre erano 180 nel 2002), si assiste ad un incremento di pubblico del 13%, quantificabile in oltre 1,5 milioni di presenze.

Nella rosa degli 11 Paesi che hanno ospitato almeno un evento che ha segnato oltre 50.000 visite sono ancora Italia e Gran Bretagna – come anche nel precedente triennio – ad aver realizzato un'attività espositiva di particolare riscontro. Per entrambi i Paesi si registra un calo del numero di eventi (da 53 a 46 per l'Italia e da 60 a 47 per la Gran Bretagna) a cui ha corrisposto però un aumento delle affluenze (più marcato per la Gran Bretagna con +12%, mentre nel caso dell'Italia l'aumento è del 4%).

[35] Fonte: "Il Giornale dell'Arte", Anno XX n. 230, marzo 2004.

[36] *Dove il sì suona* costituisce inoltre l'unico evento a livello mondiale che abbia totalizzato un numero di presenze che supera il milione.

Fra le 5 mostre più visitate nel 2003, 3 (4 se si considera la già citata *Dove il sì suona*) hanno avuto luogo in Italia: si tratta de *I Faraoni* tenutasi a Palazzo Grassi di Venezia (619.478 visite), *Impressionismo e l'Età di Van Gogh* presso la Casa dei Carraresi a Treviso (602.514 ingressi) e *Michelangelo e la Bellezza ideale* presso la Galleria dell'Accademia di Firenze (581.545 ingressi).

Passando dal livello internazionale a quello nazionale, i dati de "Il Giornale dell'Arte" restituiscono un quadro più completo dell'attività espositiva temporanea, considerato che per l'Italia sono state prese in considerazione anche esposizioni temporanee con numero di ingressi inferiore a 40.000. Per ragioni di confrontabilità con gli anni passati, in questa sede si tiene conto solo degli eventi che superano le 13.000 visite.

In Italia nel 2003 si contano 99 mostre con affluenza superiore a 13.000 visite, per un totale di 8,2 milioni di presenze. Le mostre della stessa tipologia erano 95 nel 2002, mentre pari a 7,6 milioni era il numero di ingressi.

Tab. 7 Visite e numero di mostre(1) in Italia (2001-2003)

Regione	N° Mostre 2001	Visite 2001	N° Mostre 2002	Visite 2002	N° Mostre 2003	Visite 2003	VAR.% visite 2003-2002	VAR.% visite 2002-2001
Abruzzo					3	85.000		
Calabria	1	28.000						
Campania	5	265.939	1	41.318	9	663.103	1504,9%	-84,5%
Emilia Romagna	8	377.946	8	388.820	11	765.765	96,9%	2,9%
Friuli Venezia Giulia	1	24.649	1	13.450	1	36.722	173,0%	-45,4%
Lazio	23	3.878.383	20	1.652.851	16	1.443.073	-12,7%	-57,4%
Liguria	3	122.923	2	114.190	2	46.058	-59,7%	-7,1%
Lombardia	25	1.246.605	20	1.640.362	18	1.321.924	-19,4%	31,6%
Marche	1	30.250	1	40.441				33,7%
Piemonte	*13*	*533.390*	*16*	*527.655*	*16*	*669.197*	*26,8%*	*-1,1%*
Puglia			1	64.674	1	25.000	-61,3%	
Sardegna			1	13.000				
Sicilia	4	99.391			2	34.047		
Toscana	20	2.402.622	11	1.991.452	9	956.093	-52,0%	-17,1%
Trentino Alto Adige	1	27.654	1	99.703	3	190.817	91,4%	260,5%
Umbria			1	31.991			-100,0%	
Valle d'Aosta	1	47.598						
Veneto	15	1.735.692	11	975.342	8	1.960.628	101,0%	-43,8%
Totale	**121**	**10.821.042**	**95**	**7.595.249**	**99**	**8.197.427**	**7,9%**	**-29,8%**

(1) I dati si riferiscono a mostre che hanno totalizzato 13.000 visite e oltre.

Fonte: elaborazione OCP su dati "Il Giornale dell'Arte"

Mostre in Piemonte

Considerando i dati pubblicati da "Il Giornale dell'Arte" relativi alle esposizioni temporanee con affluenza di pubblico superiore alle 13.000 visite, se nel triennio 2000-2002 si evidenzia un raddoppio del numero di mostre, nel 2003 il numero di mostre di tale tipologia si mantiene stabile rispetto all'anno precedente. Includendo nell'osservazione le mostre che hanno segnato un numero di visite inferiore si rileva invece una crescita del numero di eventi organizzati sul territorio.

Gli eventi monitorati nel 2003 in Piemonte sono circa 230, una trentina in più rispetto al 2002, di cui 126 realizzati nel Sistema Museale Metropolitano e un centinaio nel resto del territorio.

La stima delle visite ai musei e beni in occasione di mostre porta ad un ordine di grandezza analogo ai due anni precedenti e compreso tra 1,3 e 1,5 milioni di presenze. La difficoltà di definire con precisione il pubblico delle mostre scaturisce 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 Sistema Museale Metropolitano le mostre censite nei beni oggetto del monitoraggio OCP sono 97, una in più rispetto al 2002 – mentre erano 60 nel 2001 – e le visite effettuate in occasione di tali eventi sono state 990.000, il 10% in meno rispetto al 2002. Tale quota fa riferimento al numero di presenze relativo all'anno 2003, mentre se si considerano anche gli ingressi relativi ai periodi sconfinanti nel 2002 o nel 2004 si raggiunge l'1,4 milioni di presenze. È infatti da sottolineare come gli eventi che hanno conosciuto un maggiore successo di pubblico si siano svolti proprio a cavallo fra due anni: è questo il caso della mostra *Da Tiziano a Caravaggio a Tiepolo* realizzata fra il 2002 e il 2003 presso la Palazzina di Caccia di Stupinigi ed anche della mostra *Africa. Capolavori da un continente* svoltasi fra il 2003 e il 2004 presso la Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea di Torino. Se si includono inoltre gli eventi realizzati nelle sedi non oggetto del monitoraggio OCP, ai 990.000 ingressi si devono sommare almeno altre 300.000 visite, afferenti a 29 mostre e a 18 sedi espositive.
Nel 2003 sono 5, contro 3 del 2002, gli eventi in grado di attrarre oltre 50.000 visitatori; cresce inoltre il numero di eventi di più piccole dimensioni, mentre si registra una lieve contrazione delle mostre in grado di attrarre un numero di visite compreso fra 25.000 e 50.000. L'affluenza media per evento all'interno del Sistema Museale Metropolitano passa da 11.000 visite a 10.000 visite.

L'esposizione temporanea più visitata è stata *Da Tiziano a Caravaggio a Tiepolo*, che nei circa 60 giorni di apertura relativi al 2003 ha segnato più di 100.000 ingressi mentre oltre 142.000 sono le presenze complessive nell'intero periodo di svolgimento della mostra. Quasi 86.000 sono stati gli ingressi alla mostra *Gli Artisti del Faraone* svoltasi a Palazzo Bricherasio. Le sedi di tale evento erano in realtà due: oltre a Palazzo Bricherasio, il Museo Egizio per questa occasione ha predisposto un percorso in cui venivano segnalati quei reperti della collezione permanente ritrovati nel medesimo sito archeologico, Deir el Medina, da cui provenivano anche gli oggetti esposti a Palazzo Bricherasio. In coincidenza con *Gli Artisti del Faraone* sono oltre 100.000 gli ingressi registrati al Museo Egizio che, nel corso del 2003, ha ospitato altre due esposizioni temporanee: *Lo sport nell'antichità. Lungo il Nilo con i faraoni* e *Ostrakon. La memoria dei tempi*. La completa sovrapposizione degli ingressi alle mostre con le visite al museo, ma soprattutto il fatto che il Museo Egizio, insieme al Museo del Cinema, sia anche l'istituzione più visitata in Piemonte, rende particolarmente arduo attribuire le visite all'interesse per la mostra anziché all'interesse per le collezioni permanenti del museo.

L'altro "evento dell'anno" in termini di pubblico è stata la mostra *Africa. Capolavori da un continente* svoltasi alla Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea: le visite complessive sono state oltre 131.000, mentre quelle relative al solo periodo di svolgimento del 2003 circa 73.000.

Fra gli eventi ospitati in sedi non monitorate direttamente dall'Osservatorio Culturale del Piemonte va menzionata *Experimenta*, la mostra interattiva organizzata dalla Regione Piemonte avente finalità di divulgazione e promozione della scienza e della tecnologia che, giunta nel 2003 alla sua XVII edizione, ha totalizzato 115.000 visite segnando un'ulteriore crescita di pubblico (+21%) rispetto ai due anni precedenti. Infine, in concomitanza con la mostra *Dalla Fabbrica di Mattè Trucco allo Scrigno di Renzo Piano. Lingotto 1915-2002*, svoltasi presso la Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli da settembre 2002 a settembre 2003, sono state registrate complessivamente 100.000 visite, di cui circa 53.000 nel 2003.
Considerando anche i periodi di svolgimento delle mostre che sconfinano nel 2002 e 2004, altri tre eventi hanno totalizzato all'incirca 50.000 visite: *Nel paese della pubblicità* e *Transavanguardia* al Castello di Rivoli e *Armand Guillaumin. Un maestro tra gli impressionisti* a Palazzo Bricherasio.

Indipendentemente dai dati di pubblico è da evidenziare la realizzazione di proposte basate non sull'esposizione temporanea di numerose opere od oggetti ma piuttosto sull'esposizione e valorizzazione di poche opere di grandissimo pregio. Si fa qui riferimento in particolare alla mostra *I tre capolavori: Leonardo, Antonello e Van Eyck* svoltasi tra marzo 2003 e giugno 2004. Nel periodo di svolgimento relativo al 2003[37], in 83 giorni di apertura sono state registrate circa 18.400 visite. Rendere visibili e fruibili tali opere, anche solo ciclicamente per tutelarne la loro conservazione – già a cavallo tra il 1998 e il 1999 venne esposto l'autoritratto di Leonardo, per citare una delle maggiori opere presenti alla mostra –, potrebbe rivelarsi strumento efficace per accrescere la visibilità dell'intero patrimonio culturale della città e del territorio.

Al di fuori del Sistema Museale Metropolitano, le mostre censite nei musei e beni oggetto di monitoraggio OCP sono state 51 (erano 53 nel 2002). A parità del numero di eventi organizzati le visite si dimezzano passando da 120.000 a 60.000. A differenza di quanto è accaduto per il Sistema Museale Metropolitano, non vi sono state esposizioni all'interno dei 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, *Il Quarto Stato e il Suo Cantiere* allo Studio Pellizza da Volpedo nel 2001 ne registrò oltre 50.000. Se si prendono in considerazione musei e beni non monitorati dall'OCP si rileva l'esistenza di eventi che hanno avuto un successo di pubblico maggiore e che complessivamente consentono di raggiungere la soglia di visite registrata nel 2002 ed anche nel 2001. Fra gli eventi che hanno registrato un numero di presenze consistente si citano la mostra *Tesori del Marchesato Paleologo* svoltasi tra ottobre e dicembre 2003 presso la Fondazione Ferrero di Alba (CN) che ha totalizzato oltre 21.000 ingressi e *India. Grecia dell'Asia* presso il Filatoio Rosso di Caraglio (CN) che ha segnato circa 12.000 visite nei soli fine settimana tra luglio e settembre 2003. Occorre inoltre menzionare l'appuntamento primaverile della durata di 10 giorni con l'esposizione di tulipani dal titolo *Messer Tulipano* realizzata al Castello di Pralormo (TO), che ogni anno registra circa 50.000 visitatori.

Al di là del dato di pubblico si mantiene assai elevato il numero di eventi espositivi temporanei ospitati nei musei e nei beni culturali in generale: come accennato poco sopra sono un centinaio le mostre censite al di fuori del Sistema Museale Metropolitano. Si distinguono alcune sedi particolarmente attive nell'organizzazione di eventi temporanei: a titolo esemplificativo si citano il Museo Etnografico "C'era una volta" di Alessandria che anche nel 2003,

[37] Al momento della redazione della presente Relazione Annuale la mostra è ancora in corso. Per tale ragione non è disponibile il numero di visite complessive.

come già nel biennio precedente, ha mantenuto assai elevato il numero di mostre realizzate (19), il Palazzo Broletto a Novara e Cittadellarte Fondazione Pistoletto di Biella con 6 mostre realizzate, il Filatoio Rosso di Caraglio con 5 e il Museo dei Campionissimi di Novi Ligure (AL), inaugurato nell'aprile 2003.

L'impegno di "fare sistema" da parte delle istituzioni attive nelle politiche museali e culturali e dei musei e beni, che a metà degli anni Novanta aveva trovato nell'introduzione dell'Abbonamento Musei una delle sue principali espressioni, ha visto nel corso degli ultimi anni il consolidarsi di altre modalità: le esperienze espositive in rete, in cui uno specifico tema funge il più delle volte da filo conduttore fra i diversi beni coinvolti, e la realizzazione di itinerari e circuiti d'arte e cultura. Questi ultimi hanno come finalità la valorizzazione del patrimonio culturale diffuso sul territorio ma anche la valorizzazione del territorio stesso.
La formula adottata prevede di estendere la fruizione al pubblico di beni in molti casi normalmente chiusi o solo parzialmente accessibili e, come incentivo alla visita, spesso vengono proposti percorsi enograstronomici e naturalistici, spettacoli e rievocazioni storiche.
Relativamente alle attività espositive in rete, nella precedente Relazione Annuale veniva menzionata come evento esemplificativo di tale tendenza *Artigiano Metropolitano*, la rassegna che a cavallo tra il 2002 e il 2003 si sviluppava attraverso 7 mostre ospitate presso altrettanti prestigiosi palazzi storici di Torino. Oltre ad *Artigiano Metropolitano*, che per la sua durata ha interessato anche il 2003, e la già citata mostra *Gli Artisti del Faraone* presso Palazzo Bricherasio e Museo Egizio, si possono citare altre esperienze che vanno in questa direzione: *L'attimo fuggente fra fotografia e cinema* che ha coinvolto la Pinacoteca Giovanni Marella Agnelli e il Museo Nazionale del Cinema e la mostra itinerante *Sacri Monti. L'architettura dei Sacri Monti in Piemonte e Lombardia*, che coinvolge sedi piemontesi quali il Sacro Monte di Varallo e d'Orta, oltre che il Museo Nazionale della Montagna di Torino e diverse sedi anche in Lombardia.
Altre esperienze puntano alla realizzazione di iniziative comuni a livello nazionale e alla creazione di un "dialogo" fra i musei d'Europa: va in questa direzione *Gemine Muse*, progetto di arte contemporanea promosso dal GAI – Associazione dei Giovani Artisti Italiani e dal CIDAC – Associazione delle Città d'Arte e Cultura, che ha coinvolto non solo Torino e il Piemonte ma 28 città italiane[38], totalizzando complessivamente circa 10.000 visite; a livello europeo si ricorda *Printemps des musées*, iniziativa promossa dalla Diréction des Musées de France e patrocinata dal Consiglio d'Europa, che ha previsto il 4 maggio una giornata di accesso gratuito ai musei sul tema Misteri e Scoperte, alla quale la Regione Piemonte ha aderito per il secondo anno.

Una maggiore apertura verso territori "nuovi" o, per meglio dire, non tradizionalmente interessati dall'iniziativa, si trova anche nel circuito *Rivelazioni Barocche*[39] che, giunto alla sua quarta edizione, propone nel 2003 itinerari sul tema Benedetto Alfieri architetto che superano i confini torinesi per interessare numerose sedi localizzate in tutto il Piemonte e la città francese di Chambery. Nel 2003 sono 38 le sedi aderenti e circa 10.000 le presenze registrate.
Fra i circuiti di arte e cultura maggiormente consolidati, oltre a *Rivelazioni Barocche* vi sono *Castelli Aperti* e il *Circuito dei Castelli del Canavese*. Tra maggio e ottobre 2003 – periodo in cui si svolge l'iniziativa – i 76 beni aderenti a *Castelli Aperti* hanno totalizzato 330.294 presenze[40]. Negli 11 beni aderenti al *Circuito dei Castelli del Canavese* – anch'esso si svolge tra maggio ed ottobre – sono stati registrate nel 2003 oltre 57.000 visite. Fra le altre iniziative analoghe vi sono *Città d'Arte a Porte Aperte*, promosso dalla Provincia di Torino, alla quale nel 2003 hanno aderito 93 comuni, *Torino e oltre*, giunta nel 2003 alla nona edizione, *Narrar castelli e vini in terra di Langa e Roero*, che alla visita al bene unisce degustazioni di prodotti enogastronomici locali, e ancora *Volontari per Torino Città d'Arte*, promossa dalla Città di Torino, Settore Musei, in collaborazione con l'Associazione di volontariato culturale Volarte che propone una serie di itinerari sul territorio cittadino finalizzati a far conoscere il patri-

[38] In Piemonte le esposizioni sono state ospitate presso: Museo di Antichità di Torino, Museo del Territorio Biellese a Biella, Museo Civico Sant'Anastasio ad Asti, Museo Camillo Leone di Vercelli, Teatro Coccia di Novara.

[39] *Rivelazioni Barocche* è promossa dall'Associazione Torino Città Capitale Europea e dalla Società Piemontese di Archeologia e Belle Arti.

[40] L'iniziativa è nata nel 1996 per volontà delle Province di Alessandria, Asti, Cuneo, della società consortile "Langa, Monferrato e Roero" e del Cegat (Centro Guide Turistiche).

monio culturale degli edifici religiosi di proprietà comunale e la Cappella di San Salvario, che nell'edizione 2003 ha totalizzato oltre 2.000 visite.

Come emerge dalle indicazioni relative ai circuiti d'arte e cultura, l'attività ospitata all'interno del patrimonio storico e architettonico interessa tanto il Sistema Museale Metropolitano quanto i beni diffusi sul territorio. Oltre agli eventi in qualche modo ascrivibili a un circuito ben definito, vi sono poi numerose attività che interessano singoli beni e che comprendono visite a tema, seminari e conferenze, rievocazioni storiche, eventi legati a specifiche ricorrenze come il Natale, concerti e spettacoli teatrali, giornate dedicate a particolari pubblici quali ad esempio i bambini, mercati e mostre mercato. Attraverso il monitoraggio OCP e sulla base delle informazioni contenute nella "Lettera dei Musei"[41], si contano nel 2003 almeno un centinaio di eventi oltre ai circuiti e alle mostre vere e proprie. La scelta di ospitare tali attività, lungi dall'essere appannaggio di pochi beni, riguarda un patrimonio molto vasto: sono 55 le sedi che hanno ospitato almeno un evento ad esclusione delle mostre, senza contare tutti i beni aderenti ai circuiti di arte e cultura. Alle proprietà del F.A.I. (Fondo per l'Ambiente Italiano) in Piemonte – Castello di Manta (CN) e Castello di Masino (Caravino, TO) – che, tradizionalmente, da diversi anni diventano scenario di manifestazioni, concerti, mostre mercato in occasioni particolari, si sono aggiunti altre ville e palazzi, castelli e forti, alcuni dei quali normalmente chiusi al pubblico, chiese e altri complessi devozionali, oltre ai musei, le cui proposte culturali, prima fortemente circoscritte alla tradizionale visita alla collezione permanente, sembrano ora abbracciare esperienze molto diversificate.

In parte il fenomeno fa seguito ad una stagione di forti investimenti sul patrimonio storico e architettonico che ha consentito una maggiore disponibilità di nuovi spazi ad uso espositivo, per lo più ricavati all'interno di opere architettoniche e storiche di notevole pregio: dalla manica nuova del Castello di Rivoli, per citare una fra le prime grandi opere di restauro finalizzate ad uso museale, al Filatoio Rosso di Caraglio, per menzionare un esempio di bene localizzato fuori dell'area metropolitana torinese designato ad ospitare esposizioni temporanee.

[41] "Lettera dei Musei" è una rivista quadrimestrale gratuita recapitata a domicilio a tutti gli utenti dell'Abbonamento Musei Torino Piemonte, che offre informazioni relative alle attività espositive a alle proposte culturali dei musei e beni piemontesi.

Tab. 8 Le 30 mostre più visitate in Piemonte (2003)(1)

Comune	Prov.	Sede	Mostra	Periodo		Visite complessive	Visite 2003
				Inizio	Termine		
Nichelino	TO	Palazzina di Stupinigi	Da Tiziano a Caravaggio, a Tiepolo. Capolavori di tre secoli di arte italiana	12-11-02	2-03-03	142.443	102.184
Torino	TO	GAM	Africa. Capolavori da un continente	2-10-03	29-02-04	131.424	73.405
Torino	TO	Parco Michelotti	EXPERIMENTA A te gli occhi. Il mondo tra magia e scienza	30-05-03	9-11-03	115.000	115.000
Torino	TO	Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli	Dalla Fabbrica di Mattè Trucco allo Scrigno di Renzo Piano. Lingotto 1915-02	22-09-02	21-09-03	100.000	52.901
Torino	TO	Fondazione Palazzo Bricherasio	Gli artisti del Faraone	14-02-03	2-06-03	85.678	85.678
Rivoli	TO	Castello di Rivoli	Nel paese della pubblicità	5-11-03	29-02-04	52.400(2)	22.409
Torino	TO	Fondazione Palazzo Bricherasio	Armand Guillaumin. Un maestro tra gli impressionisti	24-10-03	1-02-04	51.390 (3)	31.384
Rivoli	TO	Castello di Rivoli	Transavanguardia	13-11-02	23-03-03	50.339	36.558
Torino	TO	Museo Regionale di Scienze Naturali	Zoologia fantastica. Unicorni, draghi, basilischi e manticore	5-10-02	6-10-03	48.630	48.344
Torino	TO	GAM	Massimo D'Azeglio. L'invenzione del paesaggio istoriato	8-11-02	23-02-03	30.523	17.157
Torino	TO	Museo Nazionale Cinema	Italian Cinema Divas. Grandi attrici italiane nelle fotografie e nei manifesti della Fondazione Prolo	8-03-03	31-05-03	30.000	30.000
Torino	TO	Fondazione Sandretto Re Rebaudengo	New Ocean	28-02-03	18-05-03	27.412	27.412
Rivoli	TO	Castello di Rivoli	The Moderns/I Moderni	16-04-03	24-08-03	24.369	24.369
Alba	CN	Fondazione Ferrero	Tesori del Marchesato Paleologo	19-10-03	8-12-03	21.128	21.128
Torino	TO	Museo di Arti Decorative Accorsi	La donna nell'arte nel '600 e nel '700	28-03-03	27-09-03	20.000	19.840
Torino	TO	Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli	L'attimo fuggente fra fotografia e cinema	29-10-03	18-01-04	16650 (4)	12.639
Torino	TO	Archivio di Stato	Vittorio Alfieri aristocratico ribelle (1749-1803)	5-10-03	11-01-04	16.527	14.740
Torino	TO	Fondazione Sandretto Re Rebaudengo	Lei. Donne nelle Collezioni Italiane	6-11-03	8-02-04	15.431	7.000
Torino	TO	Museo Nazionale Montagna	Himalaya bianco e nero. Takeshi Mizukoshi. La luce delle grandi montagne	26-09-03	25-01-04	14.168	13.027
Torino	TO	Palazzo Cavour	Arte in due. Coppie di artisti in Europa	14-03-03	8-06-03	13.363	13.363
Torino	TO	Museo di Arti Decorative Accorsi	Gli splendori del bronzo. Mobili e oggetti tra Francia e Italia 1750-1853	27-09-02	2-02-03	13.000	4.059
Rivoli	TO	Casa del Conte Verde	Maschere e Riti. Carnevali arcaici dalle montagne venete	14-12-02	23-03-03	13.000	12.000
Torino	TO	GAM	Arnold Schönberg pittore	4-02-03	16-03-03	12.642	12.642
Torino	TO	Palazzo Reale	La cultura del corpo. Dal Nilo all'Eufrate	15-11-02	26-01-03	11.989	4.593
Caraglio	CN	Il Filatoio Rosso	India, Grecia dell'Asia	28-06-03	2-11-03	11.742	11.742
Torino	TO	Armeria Reale	Le armi bianche	13-03-03	15-06-03	10.789	10.789
Torino	TO	Fondazione Sandretto Re Rebaudengo	Sulle strade di Kiarostami	18-09-03	12-10-03	10.787	10.787
Torino	TO	Palazzo Madama	Terre lontane. Raccolte extraeuropee del Museo Civico di Arte Antica di Torino	13-12-02	2-03-03	10.396	7.609
Torino	TO	Fondazione Palazzo Bricherasio	Oaxaca tierra de arte	27-06-03	24-08-03	10.256	9.663
Torino	TO	Fondazione Palazzo Bricherasio	Artigiano Metropolitano. Esposizione internazionale di arti applicate nei palazzi di Torino: Masterpieces	6-12-02	26-01-03	9.601	5.580

(1) La tabella prende in considerazione solo le mostre terminate entro febbraio 2004.
(2), (3), (4) Il dato è frutto di stima.

Fonte: OCP

1.5 Saloni

Nel 2003 Lingottofiere, la principale struttura fieristica in Torino e in Piemonte, ha ospitato 19 eventi, recuperando rispetto al 2002 in cui ospitò solo 13 eventi, e raggiungendo invece il medesimo numero di manifestazioni ospitate nel 2001. Nel quinquennio 1999-2003 si evidenzia per l'insieme degli eventi ospitati da Lingottofiere un incremento del 28% del numero di visite (che passano da 609.700 nel 1999 a 785.575 nel 2003). In relazione ai soli eventi di carattere culturale il confronto per i 5 anni è possibile esclusivamente per *Artissima. Internazionale di Arte Contemporanea* e per la *Fiera del Libro*, dal momento che le altre manifestazioni monitorate (il *Salone del Gusto*, il *Salone del Vino* e *Dolc'è*) sono eventi nati più recentemente.

Le visite alla mostra-mercato *Artissima* hanno segnato un incremento progressivo sino al 2002 passando da 25.000 a 40.000 presenze, mentre per la decima edizione, svoltasi dal 6 al 9 novembre 2003, si evidenzia un calo di visite del 25%, conteggiabili in circa 10.000 ingressi. I dati forniti da "Il Giornale dell'Arte"[42] sulle mostre-mercato italiane più visitate collocano l'evento torinese al 6° posto dopo *Mercantinfiera* di Parma, fiera di modernariato e collezionismo di antichità che nelle due edizioni autunnale e primaverile del 2003 ha totalizzato complessivamente 130.000 visite, *XVII Modenantiquaria* di Modena, *Arte Fiera* di Bologna, fiera d'arte contemporanea che ha mantenuto la soglia di visite già raggiunta nel 2002 (38.000), *Miart* fiera di arte moderna e contemporanea di Milano. Come emerge dai dati appena esposti, *Artissima* si colloca al secondo posto delle mostre-mercato di arte contemporanea.

Per quanto riguarda la *Fiera Internazionale del Libro*, nell'arco del quinquennio 1999-2003 si evidenzia un aumento del 4% del numero di ingressi (da 191.000 a 199.000) al quale segue una sostanziale stabilità nel biennio 2002-2003. L'evento, svoltosi tra il 15 e il 19 maggio, rappresenta come per gli anni precedenti la manifestazione fieristica con maggiore affluenza di pubblico.

I dati relativi alla partecipazione in occasione degli eventi enogastronomici – qui citati in virtù del fatto che le tradizioni enogastronomiche costituiscono importante espressione della cultura di un territorio – segnano negli anni consistenti incrementi di pubblico. *Il Salone del Gusto*, che ha però carattere biennale e non si è quindi tenuto nel 2003, con 138.000 visite segnava nel 2002, rispetto alla precedente edizione, un aumento di pubblico del 6%. *Il Salone del Vino*, unico appuntamento italiano riservato ai professionisti della filiera vitivinicola, evidenzia nel 2003 (con quasi 43.000 presenze) un incremento di pubblico del 13% rispetto al 2002 e di circa il 60% rispetto al 2000, primo anno in cui la manifestazione si è svolta. Registrano più di un raddoppio le presenze di *Dolc'è*, altra manifestazione riservata esclusivamente agli operatori del settore, che passano da meno di 4.000 nel 2001 a 10.000 nel 2003.

Tab. 9 Le presenze ai saloni (2001-2003)

				Variazione assoluta		Variazione percentuale	
	2001	2002	2003	2002-2001	2003-2002	2002-2001	2003-2002
Artissima	30.000	40.000	30.000	10.000	-10.000	33,3%	-25,0%
Fiera del Libro	191.324	198.685	199.000	7.361	315	3,8%	0,2%
Salone del Gusto (1)	-	138.000		-	-138.000		
Salone del vino (2)	27.124	37.702	42.726	10.578	5.024	39,0%	13,3%
Dolc'è (3)	3.889	-	10.000	-			
Totale	**252.337**	**414.387**	**281.726**	**162.050**	**-414.387**	**64,2%**	**-2%**

(1) Il Salone del Gusto ha cadenza biennale
(2) La prima edizione di Dolc'è avvenuta nel 2001, la seconda nel 2003.
(3) Il Salone del Vino e Dolc'è sono manifestazioni riservate esclusivamente agli operatori del settore.

Fonte: elaborazione OCP su dati enti organizzatori

[42] Fonte: "Il Giornale dell'Arte", cit.

1.6 Spettacolo dal vivo

Lo spettacolo dal vivo in Europa vive un momento di sostanziale stabilità, presentando nel triennio 2000-2002 una flessione sia dell'offerta sia della domanda nei Paesi di area tedesca (Germania, Austria, Svizzera) cui si contrappone una discreta dinamicità nei Paesi di area mediterranea (Francia e Spagna).
In Italia nel corso del triennio 2000-2002 l'offerta di spettacolo dal vivo aumenta del 35,7%. Per quanto attiene ai biglietti venduti, nonostante i risultati positivi del 2002 (+2,6%), si ha una flessione corrispondente al 3,7%, determinata dall'andamento scarsamente favorevole del 2001. Alla contrazione della domanda di spettacolo dal vivo corrisponde un incremento della spesa, determinato da un incremento del prezzo medio del biglietto.
I comuni di provincia presentano una maggiore dinamicità della domanda rispetto all'offerta, benché in termini quantitativi la domanda di spettacolo dal vivo risulti essere maggiore nei capoluoghi rispetto agli altri comuni.
Nel 2002 l'offerta di spettacolo dal vivo in Italia ammonta a 169.476 rappresentazioni: il 71,8% delle quali di teatro, il 24,6% di musica, il 3,6% di danza. La domanda di spettacolo dal vivo si presenta così ripartita: 52,3% teatro, 42,5% musica e 5,2% danza.

In Piemonte i biglietti venduti nel 2002 per le attività teatrali e musicali sono stati 2.079.764, per una spesa complessiva di 27.472.083 di euro, rilevati in 11.522 rappresentazioni.

Nel corso del triennio 2000-2002 l'offerta di spettacolo dal vivo in regione è cresciuta sia nei capoluoghi di provincia sia negli altri comuni, e nel corso del triennio il numero di rappresentazioni è aumentato complessivamente del 34,2%, mentre la spesa del 15,9%.

In Piemonte il teatro di prosa è il genere che presenta un maggiore e più articolato sistema di offerta, raggiungendo le 5.430 rappresentazioni nel 2002. Alla contrazione della domanda registrata negli anni 2000-2002 corrisponde una parallela riduzione della spesa, anche se in misura più contenuta, essendo questa da porre in relazione non solo alla vendita di biglietti ma anche al prezzo medio degli stessi che nel triennio tende ad aumentare. All'interno del contesto regionale, Torino si presenta come un punto catalizzatore sotto il profilo sia dell'offerta sia della domanda di spettacolo dal vivo, secondo una linea trasversale che coinvolge tutti i generi ma in particolare il teatro di prosa, la lirica, la danza e, a partire dalla fine degli anni Novanta, il musical e/o commedia musicale. Nel 2002 l'offerta di spettacolo dal vivo a Torino rappresenta il 69,9% dell'offerta dell'intera provincia, il 72,3% della domanda e l'86,9% della spesa.

Uno sguardo oltre regione: lo spettacolo dal vivo in Europa

A livello europeo i dati quantitativi relativi a produzione e consumi dello spettacolo dal vivo si presentano frammentari, "a macchia di leopardo", fatto che rende difficile acquisire un quadro conoscitivo in grado di descrivere fenomeni, evidenziare tendenze, isolare specificità. Ciò è dovuto alla non confrontabilità dei dati raccolti dai singoli Paesi – da cui deriva la difficoltà nel rendere coerenti categorie diverse – e all'assenza di dati statistici su produzione e consumo per lo spettacolo dal vivo direttamente comparabili fra i vari Paesi europei. Ad esempio, solo la Germania, l'Austria e la Svizzera raccolgono dati congruenti con quelli elaborati dalla SIAE in Italia, mentre in Francia le fonti ufficiali del Ministero non prendono in esame gli spettacoli di musica leggera e l'attività dei teatri privati fuori Parigi. Inoltre, al

momento dell'elaborazione del presente documento, non erano disponibili i dati relativi alla Gran Bretagna[43]. Ne consegue che la conoscenza dell'articolazione e dello sviluppo delle *performing arts* in Europa si presenta lacunosa, modulandosi in base a dati differenti e spesso non comparabili; appare quindi più significativo fornire alcune indicazioni su dinamiche e comportamenti che emergono a livello europeo, sottolineando specificità e caratteristiche di un singolo paese o di un'area. Per uniformità di trattazione, ove possibile, si è ritenuto utile confrontare i dati su base triennale: per la Germania, l'Austria e la Svizzera a partire dalla stagione teatrale 1999-2000 sino alla stagione 2001-2002, per la Francia i dati relativi alle stagioni 1999-2000 e 2000-2001, non essendo disponibile la serie storica successiva; per la Spagna e la Norvegia i dati del 2000, 2001 e 2002.

I dati della **Germania** fanno riferimento a teatri privati, teatri pubblici, orchestre e festival; tuttavia solamente i dati relativi ai teatri pubblici presentano una disaggregazione per generi di spettacolo in parte simile a quella fornita dalla SIAE. Pertanto, si è ritenuto opportuno analizzare solo tali dati, utili all'individuazione dei trend legati ai singoli generi. Secondo i dati tedeschi la domanda di *performing arts* si presenta notevolmente differenziata: in termini percentuali i consumi maggiori sono da ricondurre al teatro di prosa, che nella stagione 2001-2002 rappresenta quasi il 29% dei consumi complessivi, immediatamente seguito dalla lirica (23,9%), quindi dagli spettacoli per bambini (12,3%).

Nel corso del triennio la **domanda** di spettacolo dal vivo si presenta in calo (-3,5%): le perdite maggiori sono da riscontrare per l'operetta (-28,4%) e il musical (-14,9%), in controtendenza rispetto all'Italia, ma in linea con gli altri paesi di area tedesca, come si evidenzia di seguito. In lieve flessione anche gli spettacoli per bambini (-6,6%), il balletto (-2%) e la prosa (-1,4%); mentre è in leggero aumento la fruizione di concerti (2,7%) e lirica (1,1%).

Tab. 10 Attività teatrali e musicali nei teatri pubblici in Germania. Confronto 1999/2000 – 2001/2002

	Spettatori			Var. %			Incidenza % dei singoli generi nella stagione 2001/2002
	1999/00	2000/01	2001/02	<00/01-99/00>	<01/02-00/01>	<01/02-99/00>	
Lirica	4.558.346	4.743.882	4.608.253	3,9%	-2,9%	1,1%	23,9%
Balletto	1.541.672	1.618.775	1.510.834	4,8%	-7,1%	-2,0%	7,8%
Operetta	1.034.762	933.154	805.631	-10,9%	-15,8%	-28,4%	4,2%
Musical	2.006.764	1.977.433	1.746.943	-1,5%	-13,2%	-14,9%	9,1%
Spettacoli per bambini	2.532.959	2.408.655	2.375.961	-5,2%	-1,4%	-6,6%	12,3%
Concerti	1.210.589	1.207.605	1.243.691	-0,2%	2,9%	2,7%	6,4%
Prosa	5.634.035	5.438.455	5.555.587	-3,6%	2,1%	-1,4%	28,8%
Altro	1.434.926	1.394.350	1.442.088	-2,9%	3,3%	0,5%	7,5%
Totale	**19.954.053**	**19.722.309**	**19.288.988**	**-1,2%**	**-2,2%**	**-3,4%**	**100,0%**

Fonte: Deutscher Bühnenverein, Theaterstatistik 1999/2000, 2000/2001, 2001/2002

[43] In Gran Bretagna i dati relativi a domanda, offerta e spesa per lo spettacolo dal vivo sono elaborati dal Goldsmiths College (University of London).

Anche l'**offerta** di spettacolo dal vivo dei teatri pubblici nel corso del triennio si presenta in leggera flessione (-1,7%), in relazione alla volontà di razionalizzazione dei costi e di sfruttamento in chiave di economicità delle risorse disponibili: infatti, in conseguenza dei tagli economici, l'offerta del cartellone ha subito delle riduzioni e il numero delle nuove messe in scena è diminuito notevolmente. Le diminuzioni maggiori riguardano l'operetta (-21,3%), il musical (-14,6%) e il balletto (-7,4%); in leggero aumento, invece, l'offerta di concerti (+4,9%), lirica (+2,3%) e prosa (+1,3%).

Tab. 11 Attività teatrali e musicali nei teatri pubblici in Germania. Confronto 1999/2000 – 2001/2002

	Rappresentazioni			Var. %			
	99/00	00/01	01/02	<00/01-99/00>	<01/02-00/01>	<01/02-99/00>	Incidenza % dei singoli generi nella stagione 2001/2002
Lirica	6.786	6.725	6.946	-0,9%	3,2%	2,3%	12,2%
Balletto	2.727	2.648	2.539	-3,0%	-4,3%	-7,4%	4,5%
Operetta	1.860	1.775	1.534	-4,8%	-15,7%	-21,3%	2,7%
Musical	3.335	3.143	2.910	-6,1%	-8,0%	-14,6%	5,1%
Spettacoli per bambini	9.752	9.612	9.693	-1,5%	0,8%	-0,6%	17,0%
Concerti	2.097	2.213	2.204	5,2%	-0,4%	4,9%	3,9%
Prosa	22.958	23.052	23.263	0,4%	0,9%	1,3%	40,9%
Altro	8.394	8.006	7.836	-4,8%	-2,2%	-7,1%	13,8%
Totale	**57.909**	**57.174**	**56.925**	**-1,3%**	**-0,4%**	**-1,7%**	**100,0%**

Fonte: Deutscher Bühnenverein, Theaterstatistik 1999/2000, 2000/2001, 2001/2002

L'attività teatrale in **Austria** si presenta ovviamente, in termini assoluti, più contenuta rispetto alla Germania, e nel corso del triennio in forte contrazione per quanto attiene la **domanda**, che si riduce del 12,9%: gli spettatori scendono da 4.155.581 nella stagione 1999-2000 a 3.679.769 nella stagione 2001-2002. Le contrazioni maggiori si hanno per prosa e spettacoli per bambini (i dati sono aggregati per l'Austria), con una flessione nel corso del triennio del 30,4%; in calo anche concerti (-3,6%), operetta e musical (-3,7%) e lirica (-2,3%); l'unico dato positivo riguarda il balletto, che aumenta del 20,2%.

Tab. 12 Attività teatrali e musicali in Austria dal 1999/2000 al 2001/2002

	Spettatori			Var. %			
	99/00	00/01	01/02	<00/01-99/00>	<01/02-00/01>	<01/02-99/00>	Incidenza % dei singoli generi nella stagione 2001/2002
Lirica	835.890	858.722	818.491	2,66%	-4,92%	-2,13%	22,24%
Balletto	172.191	169.400	215.660	-1,65%	21,45%	20,16%	5,86%
Operetta e musical	1.030.620	1.040.800	994.359	0,98%	-4,67%	-3,65%	27,02%
Prosa e spettacoli per bambini	1.973.599	1.528.280	1.512.981	-29,14%	-1,01%	-30,44%	41,12%
Concerti	143.281	119.811	138.278	-19,59%	13,35%	-3,62%	3,76%
Totale	**4.155.581**	**3.717.013**	**3.679.769**	**-11,80%**	**-1,01%**	**-12,93%**	**100,00%**

Fonte: Deutscher Bühnenverein, Theaterstatistik 1999/2000, 2000/2001, 2001/2002

Nonostante la contrazione della domanda di spettacolo dal vivo, si ha un incremento complessivo dell'offerta (+2,9%), con aumenti percentuali per balletto (+23,4%), concerti (+6,2%), prosa e spettacoli per bambini (+6%); mentre risultano in diminuzione le rappresentazioni di lirica (-11,5%) e operetta e musical (-4,2%).
Per quanto concerne la ripartizione dell'**offerta**, questa rispecchia sostanzialmente quella dell'Italia, con l'offerta più consistente relativa alla prosa che, sommata agli spettacoli per bambini, rappresenta più della metà dell'offerta complessiva di spettacolo dal vivo (+65,7%). Discreta anche la diffusione di musical e operetta (16,3% dell'offerta complessiva) e della lirica (11,6%).
Tali dati permettono tuttavia una contestualizzazione alquanto limitata, dal momento che non sono affiancati né dai dati relativi alla spesa del pubblico, né dal numero di teatri ai quali si riferiscono. Situazione analoga si ha anche per la **Svizzera**, i cui dati si presentano, inoltre, ulteriormente aggregati per macro categorie.
Anche per la Svizzera la **domanda** complessiva di spettacolo dal vivo nel corso del triennio si presenta in contrazione (-6%), con le riduzioni maggiori per quanto attiene ai concerti (-10%), quindi per gli spettacoli musicali (-9,6%) e per la prosa e spettacoli per bambini (-4,2%); unici dati positivi riguardano i concerti, la cui domanda cresce del 4,6%.

Tab. 13 Attività teatrali e musicali in Svizzera dal 1999/2000 al 2001/2002

	Spettatori			Var. %			
	99/00	00/01	01/02	<00/01-99/00>	<01/02-00/01>	<01/02-99/00>	Incidenza % dei singoli generi nella stagione 2001/2002
Balletto	120.026	119.845	125.776	-0,2%	4,7%	4,6%	8,7%
Spettacoli musicali	625.055	585.338	570.441	-6,8%	-2,6%	-9,6%	39,3%
Prosa e spettacoli per bambini	661.019	656.032	634.445	-0,8%	-3,4%	-4,2%	43,7%
Concerti	133.431	146.748	120.976	9,1%	-21,3%	-10,3%	8,3%
Totale	**1.539.531**	**1.507.963**	**1.451.638**	**-2,1%**	**-3,9%**	**-6,1%**	**100,0%**

Fonte: Deutscher Bühnenverein, Theaterstatistik 1999/2000, 2000/2001, 2001/2002

Si deve sottolineare come sia domanda sia offerta di spettacolo dal vivo si presentano fortemente contenuti rispetto ai paesi in precedenza analizzati: il numero complessivo di spettatori è infatti pari a poco meno di 1,5 milioni e il numero di rappresentazioni ammonta a circa 4.500 nella stagione 2001-2002. L'**offerta** di spettacolo dal vivo nel complesso si contrae (-2,3% nel corso del triennio), con articolazioni differenti per i vari generi: l'offerta di concerti e balletto aumenta, mentre si contrae quella di prosa e spettacoli musicali.

Tab. 14 Attività teatrali e musicali in Svizzera dal 1999/2000 al 2001/2002

	Rappresentazioni			Var. %			
	99/00	00/01	01/02	<00/01-99/00>	<01/02-00/01>	<01/02-99/00>	Incidenza % dei singoli generi nella stagione 2001/2002
Balletto	233	263	265	11,41%	0,75%	12,08%	5,91%
Spettacoli musicali	1.010	972	992	-3,91%	2,02%	-1,81%	22,12%
Prosa e spettacoli per bambini	2.978	3.004	2.697	0,87%	-11,38%	-10,42%	60,15%
Concerti	365	367	530	0,54%	30,75%	31,13%	11,82%
Totale	**4.586**	**4.606**	**4.484**	**0,43%**	**-2,72%**	**-2,27%**	**100,00%**

Fonte: Deutscher Bühnenverein, Theaterstatistik 1999/2000, 2000/2001, 2001/2002

Per la **Norvegia** i dati relativi a tutto lo spettacolo dal vivo si presentano accorpati in un'unica macro area: nel corso del triennio 2000-2002 lo spettacolo dal vivo, analizzato nel suo complesso, presenta lievi aumenti per quanto attiene sia la domanda sia l'offerta.

Tab. 15 Attività teatrali e musicali in Norvegia dal 2000 al 2002

	2000	2001	2002	<2001-2000>	<2002-2001>	<2002-2000>
Rappresentazioni	7.548	7.808	7.590	3,3%	-2,9%	0,6%
Spettatori	1.476.827	1.420.146	1.504.760	-4,0%	5,6%	1,9%

Fonte: Statistisk sentralbyra, januar 2004

I dati relativi alla **Francia** si presentano parziali, essendo riferiti al teatro e alla lirica nelle strutture statali e nei soli teatri parigini. Come sopra accennato, sono esclusi tutti gli spettacoli di musica leggera e l'attività dei teatri privati del resto della nazione. Inoltre, i dati forniti dal Ministère de la Culture et de la Communication si interrompono alla stagione 2000-2001 e non riportano i dati delle Scènes Nationales; si presentano quindi nel complesso notevolmente sottostimati e forniscono un quadro sommario e parziale. Analizzando i dati disponibili per le stagioni 1999-2000 e 2000-2001, si notano un incremento complessivo della domanda dell'11% circa e un parallelo incremento dell'offerta del 5%. Gli aumenti maggiori della domanda fanno riferimento ai teatri lirici (+36,9%) e ai teatri nazionali (+24,1%).

Tab. 16 Attività teatrali e musicali in Francia 1999-2001

	Spettatori		Var. %	
	1999/2000	2000/2001	<00/01-99/00>	Incidenza % dei singoli generi nella stagione 2001/2002
Teatri nazionali	602.901	794.500	24,1%	10,8%
Centri d'arte drammatica nazionali	1.652.000	1.711.000	3,4%	23,2%
Teatri privati di Parigi	2.770.000	2.914.000	4,9%	39,5%
Opera di Parigi	775.496	758.391	-2,3%	10,3%
Réunion des théâtres lyrique de France	751.418	1.190.556	36,9%	16,2%
Totale	**6.551.815**	**7.368.447**	**11,1%**	**100,0%**

Fonte: Chiffres Cles 2001

I dati della **Spagna** sono disponibili in forma notevolmente aggregata rispetto a quelli forniti dalla SIAE in Italia. Nel corso del triennio 2000-2002 lo spettacolo dal vivo nel suo complesso presenta un incremento sia nel numero di rappresentazioni, che raggiungono nel 2002 quasi 54.000 unità, sia nel numero di biglietti venduti (oltre 13,5 milioni), sia negli incassi, che toccano il vertice di 163.866.700 euro. L'incremento degli incassi è da attribuire non solo all'aumento delle rappresentazioni e dei biglietti venduti, ma anche ad una crescita del prezzo medio del biglietto, che sale da circa 9,6 euro a 11.

Tab. 17 Attività teatrali e musicali in Spagna dal 2000 al 2002

	2000	2001	2002	Var. % <2001-2000>	Var. % <2002-2001>	Var. % <2002-2000>
Luoghi di rappresentazione	4.721	5.106	5.692	7,5%	10,3%	17,1%
Rappresentazioni	42.777	46.220	53.971	7,4%	14,4%	20,7%
Biglietti	12.605.270	11.648.035	13.522.900	-8,2%	13,9%	6,8%
Incassi	€ 121.208.094	€ 122.349.804	€ 163.866.700	0,9%	25,3%	26,0%

Fonte: Annuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales 2003

Per quanto concerne la **domanda**, gli incrementi maggiori nel corso del triennio interessano la lirica, i cui biglietti venduti aumentano del 35,1%; in crescita decisa anche gli spettatori di teatro (+21,8%). L'andamento dello spettacolo dal vivo in Spagna si presenta pertanto positivo e nel complesso in controtendenza rispetto ai Paesi di area germanica: il numero di biglietti venduti aumenta costantemente nel corso del triennio (+3,6% dal 2000 al 2001 e +5,5% dal 2001 al 2002, per un totale dell'8,9%).

Tab. 18 Attività teatrali e musicali in Spagna dal 2000 al 2002: offerta

	Rappresentazioni			Offerta			
	2000	2001	2002	<2001-2000>	<2002-2001>	<2002-2000>	Incidenza % dei singoli generi nella stagione 2001/2002
Teatro	37.563	42.390	48.022	11,4%	11,7%	21,8%	32,8%
Danza	4.175	2.287	4.349	-82,6%	47,4%	4,0%	3,0%
Lirica	1.039	1.543	1.601	32,7%	3,6%	35,1%	1,1%
Musica classica	17.704	17.996	17.989	1,6%	0,0%	1,6%	12,3%
Musica popolare	71.045	72.276	72.573	1,7%	0,4%	2,1%	49,5%
Totale	**133.526**	**138.493**	**146.536**	**3,6%**	**5,5%**	**8,9%**	**100,0%**

Fonte: Annuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales 2003

Anche l'**offerta** si attesta su valori positivi rivelando gli incrementi più decisi nuovamente per la lirica (+21,2%), per la musica popolare (+13,9%) e per il teatro (+6,2%).

Tab. 19 Attività teatriali e musicali in Spagna dal 2000 al 2002: domanda

	Spettatori			Domanda			
	2000	2001	2002	<2001-2000>	<2002-2001>	<2002-2000>	Incidenza % dei singoli generi nella stagione 2001/2002
Teatro	10.294.020	9.643.093	10.975.500	-6,8%	12,1%	6,2%	24,4%
Danza	1.488.230	895.302	1.502.362	-66,2%	40,4%	0,9%	3,3%
Lirica	823.025	1.109.639	1.045.037	25,8%	-6,2%	21,2%	2,3%
Musica classica	5.255.583	5.396.040	5.355.614	2,6%	-0,8%	1,9%	11,9%
Musica popolare	22.420.513	22.704.127	26.035.569	1,2%	12,8%	13,9%	58,0%
Totale	**40.281.371**	**39.748.201**	**44.914.082**	**-1,3%**	**11,5%**	**10,3%**	**100,0%**

Fonte: Annuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales 2003

Assodata la parzialità di alcuni dati analizzati e l'assenza di alcuni Paesi (quali Gran Bretagna, Svezia, Portogallo), nel complesso si evidenzia come lo spettacolo dal vivo in Europa stia vivendo un momento di sostanziale stabilità con una flessione della domanda nei Paesi di area tedesca (Germania, Austria, Svizzera) e una discreta dinamicità nei Paesi di area mediterranea (Francia e Spagna). Dunque, pur parziale e frammentario, il quadro che emerge suggerisce tendenze e debolezze che caratterizzano il settore delle *performing arts* di questi ultimi anni.

Lo spettacolo dal vivo in Italia nel triennio 2000-2002, un confronto fra regioni

A partire dal 1° gennaio 2000, con il D. Lgs. 60/99 sono abrogati gli articoli contenenti le disposizioni sugli obblighi degli esercenti per quanto riguarda il rilascio dei biglietti. Secondo l'attuale disciplina dell'imposta sugli spettacoli, il servizio di accertamento, liquidazione e riscossione dell'imposta e dei tributi connessi (IVA) è affidato, in base ad apposita convenzione stipulata tra il Ministero delle Finanze e la SIAE, alla SIAE stessa[44]. In tal modo si è alterato il sistema di rilevazioni impiegato nella serie storica che forniva un quadro dettagliato dello spettacolo sul territorio nazionale e, a partire dal 2000, si può considerare avviata una nuova serie storica. Sotto il profilo statistico, si rivela appropriato osservare e valutare l'andamento delle rappresentazioni, delle presenze e della spesa del pubblico a partire dal 2000, vista la non confrontabilità con le serie storiche precedenti se non a rischio di vistose sottostime. Attualmente gli ultimi dati forniti dalla SIAE fanno riferimento all'anno 2002; pertanto il triennio 2000-2002 consente di attuare un confronto su base nazionale incentrato sull'analisi del numero di biglietti venduti, di rappresentazioni realizzate e di spesa sostenuta per lo spettacolo dal vivo nell'intera penisola e per singola regione suddivisi per generi.

Prima di procedere all'analisi dell'andamento della domanda del mercato dello spettacolo dal vivo facendo riferimento ai dati SIAE, appare opportuno sottolineare come questi forniscano informazioni "sintetiche" che offrono un'immagine dell'andamento dell'offerta e della domanda di spettacolo dal vivo in termini complessivi. I dati relativi alla domanda e alla spesa consentono di valutare il numero complessivo di biglietti venduti e la media di partecipazione per singola rappresentazione, ma non di stimare quante persone abbiano effettivamente assistito agli spettacoli.

Nel corso del triennio preso in esame l'**offerta** di spettacolo dal vivo nel complesso aumenta del 35,7% nell'intera penisola: il numero di rappresentazioni sale infatti da 124.915 nel 2000 a 169.476 nel 2002, con un incremento più marcato dal 2000 al 2001 (+19,4%) rispetto a quello dell'anno successivo (+13,6%). Per quanto attiene ai biglietti venduti, nonostante i risultati positivi dell'ultimo anno (+2,6%), nel corso del triennio si ha una flessione corrispondente al 3,7%, determinata dall'andamento scarsamente favorevole del 2001, che ha visto un calo nella domanda del 6,1%. Complessivamente il numero di biglietti venduti scende dalle 28.955.894 unità del 2000 alle 27.878.706 del 2002; tuttavia, come precedentemente affermato, non è possibile verificare quanto a tale contrazione sia connessa una effettiva riduzione del bacino d'utenza e quanto una variazione del grado di partecipazione degli spettatori abituali.

Nonostante la flessione della domanda di spettacolo dal vivo, si deve constatare un incremento della **spesa** che passa da 400.432.503 euro a 458.327.798 euro (+14,5%), con un aumento decisamente maggiore dal 2001 al 2002 (+11,9%) rispetto a quello verificatosi l'anno precedente (+2,3%). A fronte di una contrazione della domanda l'incremento della spesa è connesso all'aumento del prezzo medio del biglietto, che nel corso del triennio è passato

[44] Il D.P.R. n. 640/1972 prevede una serie di obblighi per gli esercenti e organizzatori di spettacoli e altre attività soggette a imposta; per quanto attiene agli organi accertatori non indica particolari poteri, eccetto quello di accesso ai fini della vigilanza nei luoghi ove si svolgono gli spettacoli e le altre attività (potere attribuito peraltro anche agli ufficiali e sottufficiali di Guardia di Finanza). L'attribuzione del potere di accesso si può considerare, in pratica, adeguata all'espletamento del compito affidato alla SIAE, consistente nel controllo delle scritture che gli esercenti e gli organizzatori hanno l'obbligo di porre in essere secondo la legge.
In analogia a una ormai ricorrente tendenza a prevedere, in occasione di riordinamento e revisioni di legislazioni riguardanti settori dell'Amministrazione Pubblica, e in particolare di quella finanziaria, ampliamenti di poteri, con proiezione di funzioni in ambito esterno rispetto all'ordinaria competenza, con l'art. 18 del D. Lgs. 26 febbraio 1999, n. 60, che ha inserito l'art. 74-ter al D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633, è stata prevista una cooperazione della SIAE con gli Uffici IVA per acquisire e reperire gli elementi utili ai fini dell'accertamento del tributo, relativamente alle modalità di effettuazione delle manifestazioni e delle attività svolte da soggetti passivi dell'imposta, nonché delle modalità di emissione, vendita e prevendita dei titoli che danno diritto all'accesso e alla fruizione dei servizi offerti nel corso di spettacoli, intrattenimenti e giochi. Per lo svolgimento di tali compiti vengono ora attribuiti alla SIAE, e quindi ai soggetti incaricati dell'accertamento dell'imposta, i poteri di accesso, ispezione e verifica di cui all'art. 52 del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633.

da una media di 13,8 euro nel 2000 a 16,4 euro nel 2002.
A livello nazionale, come si è detto, nel corso del triennio 2000-2002 l'**offerta** di spettacolo dal vivo aumenta complessivamente del 35,7%; tuttavia, tale incremento presenta valori di crescita differenziati non solo tra una regione e l'altra, ma anche tra capoluoghi e altri comuni di provincia. Se a livello globale l'offerta cresce maggiormente nei comuni di provincia (+56%) rispetto ai capoluoghi (+23,3%), a livello regionale le linee di tendenza non sono uniformi.
Gli incrementi maggiori in termini percentuali si verificano in Sardegna (+84,8%), Friuli (+101,5%) e Val d'Aosta (+75%), regioni caratterizzate da un'esigua offerta di spettacolo dal vivo in termini complessivi. Tuttavia, anche regioni come Lombardia (+45%), Emilia Romagna (+51,2%), Liguria (+56,3%), Veneto (+54,1%) e Piemonte (+34,2%) – la cui offerta pesa fortemente su quella nazionale – presentano nel corso del triennio 2000-2002 forti incrementi percentuali. Osservando gli aumenti percentuali si deve constatare come gli incrementi maggiori si collochino tra il 2000 e il 2001 e, con l'unica eccezione della Valle d'Aosta, interessino i comuni di provincia. Appare evidente come questi stiano gradualmente acquisendo maggiore peso nell'organizzazione di eventi culturali, non più considerati solo terreno e banco di prova per testare gli spettacoli e gli *ensemble*, ma sempre più alternativa possibile al grande centro ormai inflazionato da un'offerta sovrabbondante.
Per quanto attiene alla **domanda**, si deve constatare come il trend negativo (-3,7%) osservato nel corso del triennio a livello nazionale sia determinato dai capoluoghi, che registrano una diminuzione dei biglietti venduti pari al 9,7%, mentre gli altri comuni di provincia vedono un incremento dell'8,4%. Tuttavia, per entrambi la media di spettatori a replica tende a scendere: complessivamente a livello nazionale si passa da una media di 232 spettatori a replica nel 2000 a 165 nel 2002; nei capoluoghi tale media scende da 250 spettatori nel 2000 a 183 nel 2002; e per i comuni di provincia passa da 203 a 141. Sono ancora i capoluoghi ad avere una media di spettatori a replica maggiore rispetto ai comuni di provincia, ma la differenza tra i due valori tende ad appianarsi.

Tab. 20 Biglietti delle attività teatrali e musicali in Italia

				Variazione assoluta			Variazione percentuale		
Regioni	2000	2001	2002	2001-2000	2002-2001	2002-2000	2001-2000	2002-2001	2002-2000
Piemonte	1.976.930	2.103.373	2.079.764	126.443	-23.609	102.834	6,4%	-1,1%	5,2%
Val d'Aosta	57.885	65.386	54.347	7.501	-11.039	-3.538	13,0%	-16,9%	-6,1%
Lombardia	5.325.428	4.820.264	4.814.206	-505.164	-6.058	-511.222	-9,5%	-0,1%	-9,6%
Trentino Alto Adige	615.876	648.344	615.380	32.468	-32.964	-496	5,3%	-5,1%	-0,1%
Veneto	2.479.818	2.681.070	2.870.929	201.252	189.859	391.111	8,1%	7,1%	15,8%
Friuli Venezia Giulia	1.421.964	726.085	693.254	-695.879	-32.831	-728.710	-48,9%	-4,5%	-51,2%
Liguria	922.094	790.441	852.482	-131.653	62.041	-69.612	-14,3%	7,8%	-7,5%
Emilia Romagna	2.809.886	2.905.300	2.577.714	95.414	-327.586	-232.172	3,4%	-11,3%	-8,3%
Toscana	2.450.281	2.181.731	2.371.072	-268.550	189.341	-79.209	-11,0%	8,7%	-3,2%
Umbria	498.447	451.863	504.750	-46.584	52.887	6.303	-9,3%	11,7%	1,3%
Marche	830.462	760.325	859.172	-70.137	98.847	28.710	-8,4%	13,0%	3,5%
Lazio	3.689.826	3.659.729	3.805.647	-30.097	145.918	115.821	-0,8%	4,0%	3,1%
Abruzzo	519.527	504.961	537.311	-14.566	32.350	17.784	-2,8%	6,4%	3,4%
Molise	39.560	34.821	31.076	-4.739	-3.745	-8.484	-12,0%	-10,8%	-21,4%
Campania	1.365.294	1.398.683	1.556.627	33.389	157.944	191.333	2,4%	11,3%	14,0%
Puglia	946.078	967.978	967.300	21.900	-678	21.222	2,3%	-0,1%	2,2%
Basilicata	122.623	119.343	140.571	-3.280	21.228	17.948	-2,7%	17,8%	14,6%
Calabria	459.211	400.001	408.099	-59.210	8.098	-51.112	-12,9%	2,0%	-11,1%
Sicilia	1.755.156	1.359.299	1.524.048	-395.857	164.749	-231.108	-22,6%	12,1%	-13,2%
Sardegna	669.548	601.842	614.957	-67.706	13.115	-54.591	-10,1%	2,2%	-8,2%
Italia	**28.955.894**	**27.180.839**	**27.878.706**	**-1.775.055**	**697.867**	**-1.077.188**	**-6,1%**	**2,6%**	**-3,7%**

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE

Nel corso del triennio le perdite maggiori interessano Friuli (-51,2%) e Molise (-21,4%), che non hanno dimostrato una sufficiente reattività della domanda rispetto agli incrementi dell'offerta. Presentano invece trend positivi Veneto (+15,8%), Basilicata (+14,6%) e Campania (+14%). L'incremento del numero di biglietti venduti in Veneto presenta una linea di sviluppo in costante crescita (+8,1% dal 2000 al 2001 e +7,1% dal 2001 al 2002), per cui i biglietti passano da 2.479.818 a 2.870.929 con gli incrementi maggiori nei comuni di provincia (+29,1%); tali dati mostrano come la tendenza a decentrare l'offerta abbia trovato una buona capacità di risposta nel tessuto locale. Diversamente in Basilicata il numero complessivo di biglietti venduti si attesta su valori complessivi molto più contenuti, anche in ragione della differente densità di popolazione e dell'estensione del territorio; la crescita maggiore si ha nei capoluoghi (+41,9%) rispetto agli altri comuni, dove la domanda è in calo nel corso del triennio (-3,3%). Per quanto concerne la Campania, si ha una maggiore crescita per quanto attiene ai capoluoghi (nel corso del triennio si ha un incremento del 20,3%) rispetto ai comuni di provincia (+2,4% nel corso del triennio).

Anche Lazio e Piemonte, seppure in termini contenuti, presentano un incremento nel numero di biglietti venduti nel corso del triennio, rispettivamente +3,1% e +5,2%, mentre nel Lazio la crescita è di circa il 3% sia nei capoluoghi sia nei comuni di provincia.
Le perdite più rilevanti di biglietti venduti in termini numerici assoluti interessano Lombardia e Emilia Romagna, che vedono scendere il numero di biglietti rispettivamente da 5.325.428 a 4.814.206 e da 2.809.886 a 2.577.714, con perdite abbastanza nette nei capoluoghi (-17,4% in Lombardia e -28% in Emilia Romagna). Sempre nei capoluoghi si ha una riduzione netta nel numero medio di spettatori a singolo spettacolo, che passano per la Lombardia da 268 a 184 e per l'Emilia Romagna da 258 a 135, con valori che per la Lombardia rimangono al di sopra dei valori medi nazionali, mentre per l'Emilia scendono al di sotto (nel 2002 la media nazionale si attesta a 183 spettatori a singola rappresentazione).
Nel complesso si può quindi affermare come in Italia lo spettacolo dal vivo stia gradualmente "ritrovando" spettatori, soprattutto al di fuori dei circuiti ufficiali, secondo una tendenza a decentrare l'offerta; tuttavia non sempre tale tendenza trova adeguate risposte. Inoltre, vi sono regioni che pur essendo state storicamente all'avanguardia sotto il profilo artistico, produttivo e di circuitazione dell'offerta, attualmente appaiono "sature", con una domanda poco reattiva rispetto all'offerta.

Elemento influente anche 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 triennio del 14,5%, con incrementi maggiori nei comuni di provincia (+35,4%); tuttavia il prezzo medio a singola rappresentazione si presenta su livelli maggiori nei capoluoghi (dove si passa da 16 euro nel 2000 a 19 nel 2002) rispetto ai comuni di provincia (dove il prezzo medio a singola rappresentazione passa da circa 9 euro a circa 11). Il prezzo più elevato si riscontra in Veneto, che è una fra le regioni con il maggiore incremento di spesa nel corso del triennio (+34,9%): il prezzo del biglietto sale da 18,5 euro a 20,5, ma si presenta ancora maggiore nei capoluoghi dove passa da 23 euro a 28 euro.
Pur registrando aumenti percentuali maggiori (+24,9% a fronte del +20,4%), il prezzo medio dei biglietti nei comuni di provincia si rivela tuttora estremamente competitivo rispetto a quello dei capoluoghi.

Lo spettacolo dal vivo in Italia tra centro e periferia

Nel corso del triennio 2000-2002, come evidenziato precedentemente, l'**offerta** di spettacolo dal vivo aumenta con maggiore intensità al di fuori dei capoluoghi.
Inoltre, mentre la crescita dell'offerta segue un andamento regolare per quanto attiene i comuni di provincia (+27,1 dal 2000 al 2001 e +23,1% dal 2001 al 2002), per i capoluoghi presenta una crescita maggiore nella prima metà del triennio (+14,7%) e minore nella seconda parte (+7,5%). Considerando lo spettacolo dal vivo nel suo complesso, si può constatare come i comuni di provincia presentino una maggiore dinamicità della **domanda** rispetto all'offerta: benché in termini quantitativi la domanda di spettacolo dal vivo risulti essere maggiore nei capoluoghi rispetto agli altri comuni (nel 2002 i biglietti venduti nei primi ammontano a 17.525.344 contro i 10.353.362 dei secondi), in questi ultimi si rivela con un andamento nel complesso positivo, dal momento che il numero di presenze cresce nel corso del triennio dell'8,4% (+1,9% dal 2000 al 2001 e +6,4% dal 2001 al 2002); diversamente la domanda di spettacolo dal vivo nei capoluoghi si presenta ormai satura: dal 2000 al 2001 subisce una contrazione del 10,1%, mentre dal 2001 al 2002 non presenta variazioni.

Tab. 21 Spesa del pubblico per le attività teatrali e musicali in Italia

				Variazione percentuale		
	2000	2001	2002	2001-2000	2002-2001	2002-2000
	Capoluoghi					
Piemonte	€ 17.379.157,04	€ 24.929.735,10	€ 20.722.009,55	43,4%	-16,9%	19,2%
Val d'Aosta	€ 143.655,80	€ 159.204,74	€ 213.715,18	10,8%	34,2%	48,8%
Lombardia	€ 73.921.790,39	€ 63.194.877,15	€ 70.008.883,07	-14,5%	10,8%	-5,3%
Trentino Alto Adige	€ 2.488.707,32	€ 3.416.468,35	€ 3.414.897,21	37,3%	0,0%	37,2%
Veneto	€ 37.954.556,42	€ 47.008.548,49	€ 50.148.049,61	23,9%	6,7%	32,1%
Friuli Venezia Giulia	€ 9.900.408,61	€ 8.518.361,27	€ 8.415.446,59	-14,0%	-1,2%	-15,0%
Liguria	€ 11.891.313,85	€ 9.560.629,15	€ 11.515.724,23	-19,6%	20,4%	-3,2%
Emilia Romagna	€ 27.423.973,92	€ 32.157.442,09	€ 25.661.460,76	17,3%	-20,2%	-6,4%
Toscana	€ 21.283.868,47	€ 18.774.863,23	€ 20.910.762,97	-11,8%	11,4%	-1,8%
Umbria	€ 2.801.270,77	€ 2.713.891,45	€ 2.849.118,46	-3,1%	5,0%	1,7%
Marche	€ 6.878.487,46	€ 5.737.303,09	€ 7.955.853,39	-16,6%	38,7%	15,7%
Lazio	€ 48.602.113,30	€ 48.750.114,83	€ 59.568.788,14	0,3%	22,2%	22,6%
Abruzzo	€ 2.756.602,23	€ 2.700.878,41	€ 3.410.258,08	-2,0%	26,3%	23,7%
Molise	€ 169.709,31	€ 162.185,31	€ 197.908,58	-4,4%	22,0%	16,6%
Campania	€ 17.166.608,85	€ 15.509.134,60	€ 21.988.706,87	-9,7%	41,8%	28,1%
Puglia	€ 5.812.513,18	€ 6.767.218,03	€ 8.048.508,68	16,4%	18,9%	38,5%
Basilicata	€ 434.257,19	€ 386.813,25	€ 696.951,55	-10,9%	80,2%	60,5%
Calabria	€ 2.119.393,40	€ 1.495.208,16	€ 3.314.940,07	-29,5%	121,7%	56,4%
Sicilia	€ 20.606.071,94	€ 19.636.080,51	€ 17.246.073,23	-4,7%	-12,2%	-16,3%
Sardegna	€ 4.863.952,57	€ 4.668.788,51	€ 5.795.223,02	-4,0%	24,1%	19,1%
Italia	**€ 314.598.412,02**	**€ 316.247.745,72**	**€ 342.083.279,24**	**0,5%**	**8,2%**	**8,7%**

(continua)

Tab. 21 *(continua)*

				Variazione percentuale		
	2000	2001	2002	2001-2000	2002-2001	2002-2000
			Altri comuni di provincia			
	2000	2001	2002	2001-2000	2002-2001	2002-2000
Piemonte	€ 6.320.117,89	€ 6.775.728,84	€ 6.750.022,12	7,2%	-0,4%	6,8%
Val d'Aosta	€ 240.785,83	€ 447.447,91	€ 271.568,25	85,8%	-39,3%	12,8%
Lombardia	€ 16.086.791,03	€ 16.789.673,92	€ 24.596.637,25	4,4%	46,5%	52,9%
Trentino Alto Adige	€ 3.181.155,11	€ 3.758.893,53	€ 3.159.666,68	18,2%	-15,9%	-0,7%
Veneto	€ 7.909.910,56	€ 7.933.497,18	€ 11.712.637,78	0,3%	47,6%	48,1%
Friuli Venezia Giulia	€ 2.599.746,38	€ 3.236.996,45	€ 3.451.449,07	24,5%	6,6%	32,8%
Liguria	€ 2.856.448,07	€ 3.201.067,96	€ 3.566.297,93	12,1%	11,4%	24,9%
Emilia Romagna	€ 10.483.391,53	€ 12.210.558,78	€ 16.551.334,23	16,5%	35,5%	57,9%
Toscana	€ 8.044.653,22	€ 8.900.699,95	€ 11.729.644,43	10,6%	31,8%	45,8%
Umbria	€ 3.949.611,87	€ 3.085.406,48	€ 3.765.596,27	-21,9%	22,0%	-4,7%
Marche	€ 4.161.580,91	€ 5.172.679,26	€ 5.112.063,55	24,3%	-1,2%	22,8%
Lazio	€ 3.220.784,36	€ 3.269.406,93	€ 3.796.621,43	1,5%	16,1%	17,9%
Abruzzo	€ 1.149.198,47	€ 1.659.750,78	€ 1.825.901,25	44,4%	10,0%	58,9%
Molise	€ 207.422,53	€ 267.189,78	€ 152.953,10	28,8%	-42,8%	-26,3%
Campania	€ 4.965.070,29	€ 4.414.383,69	€ 5.689.795,91	-11,1%	28,9%	14,6%
Puglia	€ 3.550.514,04	€ 4.330.619,01	€ 4.554.143,49	22,0%	5,2%	28,3%
Basilicata	€ 525.563,27	€ 618.070,41	€ 529.334,42	17,6%	-14,4%	0,7%
Calabria	€ 1.108.960,88	€ 1.054.879,66	€ 1.394.690,47	-4,9%	32,2%	25,8%
Sicilia	€ 4.233.165,15	€ 5.013.752,15	€ 6.084.909,95	18,4%	21,4%	43,7%
Sardegna	€ 1.039.219,20	€ 1.213.984,81	€ 1.549.250,75	16,8%	27,6%	49,1%
Italia	**€ 85.834.090,59**	**€ 93.354.687,48**	**€ 116.244.518,33**	**8,8%**	**24,5%**	**35,4%**
			Provincia			
	2000	2001	2002	2001-2000	2002-2001	2002-2000
Piemonte	€ 23.699.274,93	€ 31.705.463,94	€ 27.472.031,67	33,8%	-13,4%	15,9%
Val d'Aosta	€ 384.441,63	€ 606.652,65	€ 485.283,43	57,8%	-20,0%	26,2%
Lombardia	€ 90.008.581,42	€ 79.984.551,07	€ 94.605.520,32	-11,1%	18,3%	5,1%
Trentino Alto Adige	€ 5.669.862,43	€ 7.175.361,88	€ 6.574.563,89	26,6%	-8,4%	16,0%
Veneto	€ 45.864.466,98	€ 54.942.045,67	€ 61.860.687,39	19,8%	12,6%	34,9%
Friuli Venezia Giulia	€ 12.500.154,99	€ 11.755.357,72	€ 11.866.895,66	-6,0%	0,9%	-5,1%
Liguria	€ 14.747.761,92	€ 12.761.697,11	€ 15.082.022,16	-13,5%	18,2%	2,3%
Emilia Romagna	€ 37.907.365,45	€ 44.368.000,87	€ 42.212.794,99	17,0%	-4,9%	11,4%
Toscana	€ 29.328.521,69	€ 27.675.563,18	€ 32.640.407,40	-5,6%	17,9%	11,3%
Umbria	€ 6.750.882,64	€ 5.799.297,93	€ 6.614.714,73	-14,1%	14,1%	-2,0%
Marche	€ 11.040.068,37	€ 10.909.982,35	€ 13.067.916,94	-1,2%	19,8%	18,4%
Lazio	€ 51.822.897,66	€ 52.019.521,76	€ 63.365.409,57	0,4%	21,8%	22,3%
Abruzzo	€ 3.905.800,70	€ 4.360.629,19	€ 5.236.159,33	11,6%	20,1%	34,1%
Molise	€ 377.131,84	€ 429.375,09	€ 350.861,68	13,9%	-18,3%	-7,0%
Campania	€ 22.131.679,14	€ 19.923.518,29	€ 27.678.502,78	-10,0%	38,9%	25,1%
Puglia	€ 9.363.027,22	€ 11.097.837,04	€ 12.602.652,17	18,5%	13,6%	34,6%
Basilicata	€ 959.820,46	€ 1.004.883,66	€ 1.226.285,97	4,7%	22,0%	27,8%
Calabria	€ 3.228.354,28	€ 2.550.087,82	€ 4.709.630,54	-21,0%	84,7%	45,9%
Sicilia	€ 24.839.237,09	€ 24.649.832,66	€ 23.330.983,18	-0,8%	-5,4%	-6,1%
Sardegna	€ 5.903.171,77	€ 5.882.773,32	€ 7.344.473,77	-0,3%	24,8%	24,4%
Italia	**€ 400.432.502,61**	**€ 409.602.433,20**	**€ 458.327.797,57**	**2,3%**	**11,9%**	**14,5%**

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE

Analizzando la **distribuzione regionale** di spettacolo dal vivo nel 2002, si evince come per quanto attiene all'**offerta** la Lombardia si collochi al primo posto con il 18,4% delle rappresentazioni nazionali, immediatamente seguita dal Lazio (15,8%), quindi da Emilia Romagna (10,9%), Veneto (8,1%) e Piemonte (6,8%). Tuttavia, analizzando la distribuzione percentuale degli spettacoli realizzati nei capoluoghi delle singole regioni in rapporto al numero complessivo di spettacoli realizzati nei capoluoghi dell'intera penisola si deduce come il Lazio occupi una posizione di assoluta preminenza: il 24,9% delle rappresentazioni realizzate nei capoluoghi regionali provengono dal Lazio, ed in particolare da Roma, che da sola ha un'offerta di 23.235 spettacoli sui 26.827 dell'intera regione. Per quanto concerne gli altri capoluoghi di regione si evidenzia come la distribuzione percentuale dell'offerta a livello nazionale per i singoli capoluoghi ricalchi sostanzialmente quella evidenziata per l'offerta complessiva a livello regionale: i capoluoghi della Lombardia rappresentano il 16,8% dell'offerta dei capoluoghi nazionali, quelli dell'Emilia Romagna il 9,7%, quelli del Veneto il 6,9% e quelli del Piemonte il 6,4%.
Se si considera l'offerta nei comuni di provincia, la distribuzione regionale presenta ulteriori variazioni: la Lombardia si colloca nuovamente al primo posto, con un'offerta che tocca il 20,4% dell'offerta nazionale dei comuni di provincia, seguita da Emilia Romagna (12,4%), Veneto (9,5%), Toscana (8,6%) e Piemonte (7,3%).

Tab. 22 Incidenza percentuale sul totale per regione delle rappresentazioni e dei biglietti nel 2002

	Capoluoghi			
	Recite		Biglietti	
Piemonte	6.146	6,4%	1.277.381	7,3%
Val D'Aosta	203	0,2%	28.651	0,2%
Lombardia	16.134	16,8%	2.966.067	16,9%
Trentino	1.617	1,7%	260.064	1,5%
Veneto	6.629	6,9%	1.761.588	10,1%
Friuli Venezia Giulia	2.966	3,1%	438.984	2,5%
Liguria	2.999	3,1%	598.555	3,4%
Emilia Romagna	9.264	9,7%	1.255.133	7,2%
Toscana	5.106	5,3%	1.393.478	8,0%
Umbria	1.046	1,1%	229.789	1,3%
Marche	1.248	1,3%	376.383	2,1%
Lazio	23.880	24,9%	3.412.002	19,5%
Abruzzo	1.184	1,2%	305.745	1,7%
Molise	170	0,2%	22.375	0,1%
Campania	6.056	6,3%	1.065.615	6,1%
Puglia	2.499	2,6%	526.467	3,0%
Basilicata	433	0,5%	69.134	0,4%
Calabria	914	1,0%	225.759	1,3%
Sicilia	5.368	5,6%	931.864	5,3%
Sardegna	2.042	2,1%	380.310	2,2%
Italia	**95.904**	**100,0%**	**17.525.344**	**100,0%**

(continua)

Tab. 22 *(continua)*

ALTRI COMUNI DI PROVINCIA

	RECITE		BIGLIETTI	
Piemonte	5.376	7,3%	802.383	7,7%
Val D'Aosta	119	0,2%	25.696	0,2%
Lombardia	15.009	20,4%	1.848.139	17,9%
Trentino	2.709	3,7%	355.316	3,4%
Veneto	7.025	9,5%	1.109.341	10,7%
Friuli Venezia Giulia	3.030	4,1%	254.270	2,5%
Liguria	1.735	2,4%	253.927	2,5%
Emilia Romagna	9.141	12,4%	1.322.581	12,8%
Toscana	6.336	8,6%	977.594	9,4%
Umbria	1.700	2,3%	274.961	2,7%
Marche	3.206	4,4%	482.789	4,7%
Lazio	2.947	4,0%	393.645	3,8%
Abruzzo	1.287	1,7%	231.566	2,2%
Molise	137	0,2%	8.701	0,1%
Campania	3.783	5,1%	491.012	4,7%
Puglia	2.730	3,7%	440.833	4,3%
Basilicata	374	0,5%	71.437	0,7%
Calabria	1.100	1,5%	182.340	1,8%
Sicilia	2.486	3,4%	592.184	5,7%
Sardegna	3.342	4,5%	234.647	2,3%
Italia	**73.572**	**100,0%**	**10.353.362**	**100,0%**

PROVINCIA

	RECITE		BIGLIETTI	
Piemonte	11.522	6,8%	2.079.764	7,5%
Val D'Aosta	322	0,2%	54.347	0,2%
Lombardia	31.143	18,4%	4.814.206	17,3%
Trentino	4.326	2,6%	615.380	2,2%
Veneto	13.654	8,1%	2.870.929	10,3%
Friuli Venezia Giulia	5.996	3,5%	693.254	2,5%
Liguria	4.734	2,8%	852.482	3,1%
Emilia Romagna	18.405	10,9%	2.577.714	9,2%
Toscana	11.442	6,8%	2.371.072	8,5%
Umbria	2.746	1,6%	504.750	1,8%
Marche	4.454	2,6%	859.172	3,1%
Lazio	26.827	15,8%	3.805.647	13,7%
Abruzzo	2.471	1,5%	537.311	1,9%
Molise	307	0,2%	31.076	0,1%
Campania	9.839	5,8%	1.556.627	5,6%
Puglia	5.229	3,1%	967.300	3,5%
Basilicata	807	0,5%	140.571	0,5%
Calabria	2.014	1,2%	408.099	1,5%
Sicilia	7.854	4,6%	1.524.048	5,5%
Sardegna	5.384	3,2%	614.957	2,2%
Italia	**169.476**	**100,0%**	**27.878.706**	**100,0%**

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE

La distribuzione dell'offerta permette di evidenziare come alcune regioni presentino un notevole squilibrio interno, determinato dalla capacità propositiva dei grandi centri a cui si contrappone una debolezza nell'offerta culturale delle piccole città. Il caso più emblematico è rappresentato dal Lazio, la cui capacità produttiva si concentra non tanto nei capoluoghi

quanto nella capitale. La situazione così fortemente sbilanciata a favore di Roma, che assomma il ruolo di capitale d'Italia a quello di capoluogo regionale, appare un unicum all'interno del panorama nazionale.
Diversamente una maggiore uniformità nella distribuzione territoriale di spettacolo dal vivo si ha nelle regioni del Centro Nord, quali Emilia Romagna, Toscana, Umbria e Marche, che presentano un numero di teatri dislocati in modo più capillare sul territorio, caratterizzati da una vivace attività nel corso degli anni. In modo particolare, Emilia Romagna e Toscana si collocano ai primi posti non solo per quanto concerne la capacità di offerta, ma anche la domanda e la spesa di spettacolo dal vivo nei centri di provincia: tali regioni rivelano una maggiore e più uniforme capacità di distribuzione dell'offerta, a cui si associa una forte domanda da parte degli abitanti dei piccoli centri. Ciò spiega la relativa saturazione della domanda ad esempio in Emilia Romagna dove un alto livello di consumi di spettacolo dal vivo, bene distribuito anche nei centri minori del territorio, mostra una resistenza ad ulteriori incrementi.

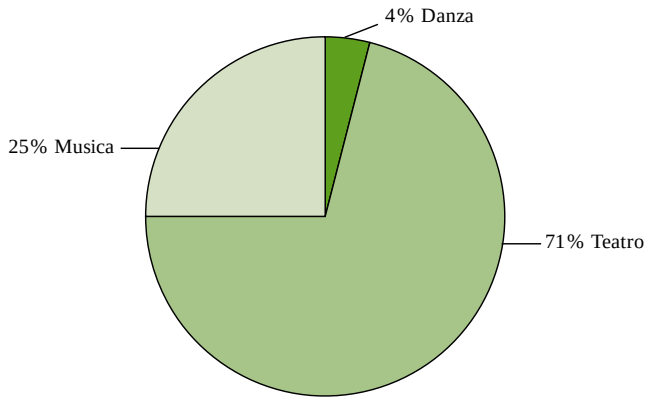
Passando a considerare la **domanda** di spettacolo dal vivo lungo la penisola si osserva come a livello regionale questa ricalchi nel complesso sostanzialmente quella dell'offerta, con la Lombardia al primo posto con il 17,3% dell'offerta nazionale, seguita a breve distanza da Lazio (13,8%), quindi da Veneto (10,3%) – l'Arena di Verona con i suoi oltre 15.000 posti presenta una notevole capacità attrattiva – quindi da Emilia Romagna (9,2%), Toscana (8,5%) e Piemonte (7,5%). Tuttavia, come per l'offerta, quando si prende in esame la domanda dei capoluoghi si nota come il Lazio assuma una posizione dominante (19,5% della domanda di spettacolo dal vivo dei capoluoghi nazionali), anche se in forma maggiormente contenuta rispetto alla capacità di offerta (che ingloba il 24,9% dell'offerta dei capoluoghi dell'intera penisola). Alla Lombardia spetta il secondo posto con un valore paritetico rispetto a quello dell'offerta (16,9%); seguono Veneto (10,1%), Toscana (8%), Emilia Romagna (7,2%) e Piemonte (7,3%).
Per quanto attiene alla distribuzione della **spesa** del pubblico per lo spettacolo dal vivo si può constatare come a livello regionale siano ancora Lombardia, Lazio e Veneto ad occupare posizioni di primo piano: la prima con il 20,6% della spesa nazionale, la seconda con il 13,8% e la terza con il 13,5%. A maggiore distanza seguono Emilia Romagna (9,2%), Toscana (7,1%) e Piemonte (6%). Spostando l'osservazione a livello dei capoluoghi si nota come per la prima volta non è il Lazio a porsi in una posizione dominante, bensì la Lombardia, i cui capoluoghi assorbono il 20,5% della spesa dei capoluoghi nazionali, seguita dal Lazio (17,4%) e dal Veneto (14,7%), quindi a distanza maggiore da Emilia Romagna (7,5%), Campania (6,4%) e Piemonte (6,1%). Osservando i dati relativi alla spesa e al numero di biglietti venduti appare con evidenza come il Veneto risulti essere la regione italiana con il prezzo medio più elevato per biglietto venduto, circa 21,5 euro, immediatamente seguita dalla Lombardia (19,7 euro), mentre il prezzo medio a livello nazionale si aggira attorno ai 16 euro; il prezzo più basso è quello presentato da Basilicata e Valle d'Aosta (circa 9 euro).

Da un confronto tra i prezzi medi dei biglietti nei capoluoghi e negli altri comuni si evince come sia sempre maggiore nei primi rispetto ai secondi, aggirandosi i primi intorno a 19,5 euro, i secondi a 11,2 euro. Per quanto attiene ai capoluoghi i prezzi più elevati si riscontrano ancora in Veneto (28,5 euro), quindi in Lombardia (23,60 euro), Marche (21,14 euro), Campania (20,6 euro) e Emilia Romagna (20,4 euro), mentre il prezzo medio dei biglietti dei capoluoghi del Lazio è più contenuto (circa 17,5 euro). Il prezzo medio per lo spettacolo dal vivo superiore alla media nazionale presentato da Lombardia e Veneto è sostenuto dalla capacità di spesa della popolazione e promosso dalla presenza di alcune strutture teatrali, quali la Scala (dal 19 gennaio 2002 con sede agli Arcimboldi), e l'Arena di Verona, che contribuiscono ad innalzare il prezzo medio del biglietto e a incrementare la spesa per lo spettacolo dal vivo.

Lo spettacolo dal vivo in Italia: un confronto fra generi

I dati forniti dalla SIAE presentano una disaggregazione per generi che consente di realizzare un'analisi puntale dell'andamento dello spettacolo dal vivo in Italia, valutando per ciascun settore l'offerta, la domanda – quantificata mediante il numero di biglietti venduti – e la spesa del pubblico – coincidente con il volume complessivo degli incassi. Tali dati possono essere ulteriormente aggregati[46], consentendo di individuare alcuni comparti o macro-categorie: **teatro**, **musica** e **danza**[47].

Fig. 10 Rappresentazioni per le attività teatrali e musicali in Italia nel 2002



Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE

Nel 2002 l'**offerta** di spettacolo dal vivo in Italia ammonta a 169.476 rappresentazioni: il 71,8% delle quali di teatro, il 24,6% di **musica**, il 3,6% di **danza**. La parte più consistente per quanto riguarda il **teatro** è costituita dalla prosa (66,8%), con un totale complessivo di 81.228 rappresentazioni a cui seguono, seppure a notevole distanza, le rappresentazioni di arte varia (23,7%) con 28.854 rappresentazioni, quindi musical e commedia musicale (2,4%), gli spettacoli di burattini (2,9%), quelli dialettali (2,4%), il teatro napoletano (1,1%) e il recital letterario (0,9%). A proposito della **musica**, una sezione consistente pertiene gli spettacoli di musica leggera (40,9%), quindi a notevole distanza la lirica (7,7%), i concerti jazz (10,6%) e l'operetta (1,3%).

Per quanto concerne la **domanda** di spettacolo dal vivo si deve considerare come il 52,3% sia assorbito dal **teatro**, il 42,5% dalla **musica** e il 5,2% dalla **danza**. La fetta maggiore è anche in tal caso rappresentata dal teatro, ma appare ridimensionata rispetto all'incidenza percentuale dell'offerta, soprattutto in considerazione della notevole capacità catalizzatrice degli spettacoli di musica leggera (26,9% rispetto alla domanda complessiva di spettacolo dal vivo), che per loro natura si rivolgono a un pubblico più vasto e presentano una frequenza media di 439 spettatori a recita.

La **domanda di teatro** si concentra per il 76,8% sugli spettacoli di prosa e per il 9,7% sulla commedia musicale, mentre per quanto attiene gli altri generi la capacità di attrazione è contenuta[48].

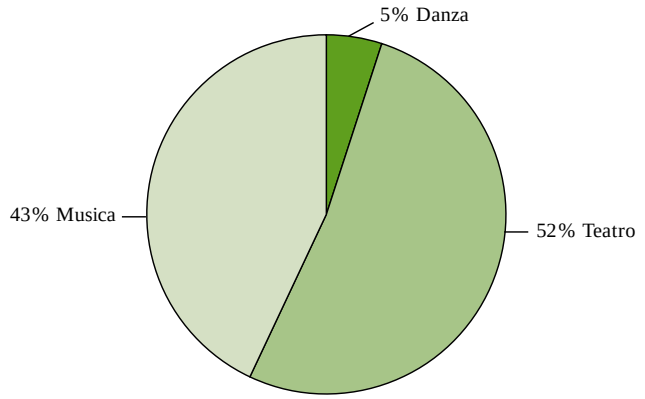
La **domanda di musica** si concentra sulla musica leggera (63,2%), seguita dai concerti classici (18,4%), dalla lirica (13,3%), dal jazz (3,8%) e dall'operetta (1,2%). La musica si presenta, inoltre, come il settore con la maggiore presenza media di spettatori a singola rappresentazione, attestandosi a 285 presenze contro le 234 della danza e le 120 del teatro. La partecipazione media più elevata a singolo spettacolo si ha per gli spettacoli di lirica, con 495 spettatori a recita.

[46] Talvolta l'analisi di tali dati in forma aggregata si presenta maggiormente utile e significativa rispetto ad un'analisi puntuale delle varie tipologie di spettacolo, poiché alcune di esse rappresentano una parte esigua dei consumi di spettacolo dal vivo e appaiono essenzialmente come settori di "nicchia".

[47] Al macro-settore della musica possono essere ricondotti: teatro lirico, concerto classico, operetta, musica leggera, concerto jazz; a quello del teatro: teatro di prosa, recital letterario, rivista e commedia musicale, teatro di prosa dialettale,teatro di prosa napoletano, burattini e marionette, varietà ed arte varia; infine, a quello della danza: balletto classico e moderno e concerto di danza.

[48] 3,8% arte varia; 1,3% teatro dialettale; 1% burattini; 0,6% teatro napoletano; 0,4% recital letterario.

Fig. 11 Biglietti per le attività teatrali e musicali in Italia nel 2002

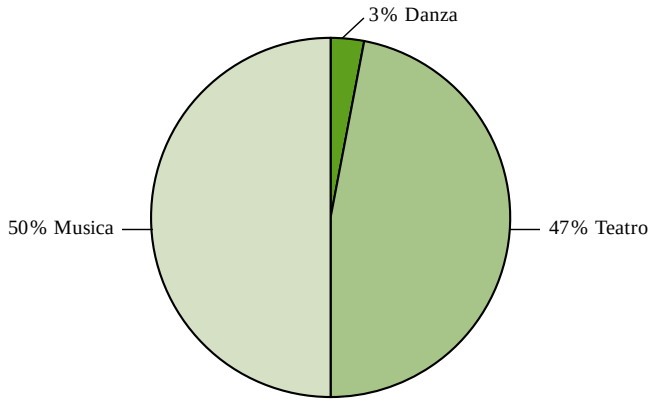


Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE

Un notevole richiamo esercita anche il musical, con una media di 486 spettatori a recita. Il musical può essere infatti considerato lo "spettacolo rivelazione" di questi ultimi anni, e si configura con sempre maggiore precisione come "genere teatrale" autonomo che sta coltivando un proprio, o meglio, propri pubblici, in parte sovrapponibili a quelli che comunemente frequentano già le sale teatrali e in parte nuovi. Tuttavia, si deve sottolineare come tendenzialmente si stia sviluppando un meccanismo di parallela sostituzione e spostamento dell'attenzione: aumenta la visione del musical rispetto ad altre forme di spettacolo, senza tuttavia che aumentino i biglietti venduti complessivamente. Ad esempio, in Piemonte la domanda di musical nel corso del triennio è cresciuta del 78,7% e i biglietti venduti sono passati da 70.158 nel 2000 a 125.393, a fronte di una contrazione registrata per quanto concerne la prosa (-10,4%), il cui numero di biglietti venduti è sceso da 890.764 nel 2000 a 797.727 nel 2002.
La **domanda di danza** si attesta al 5,2% del totale di biglietti venduti, dei quali 2/3 sono assorbiti dalla danza moderna e dai concerti di danza e 1/3 dal balletto classico.

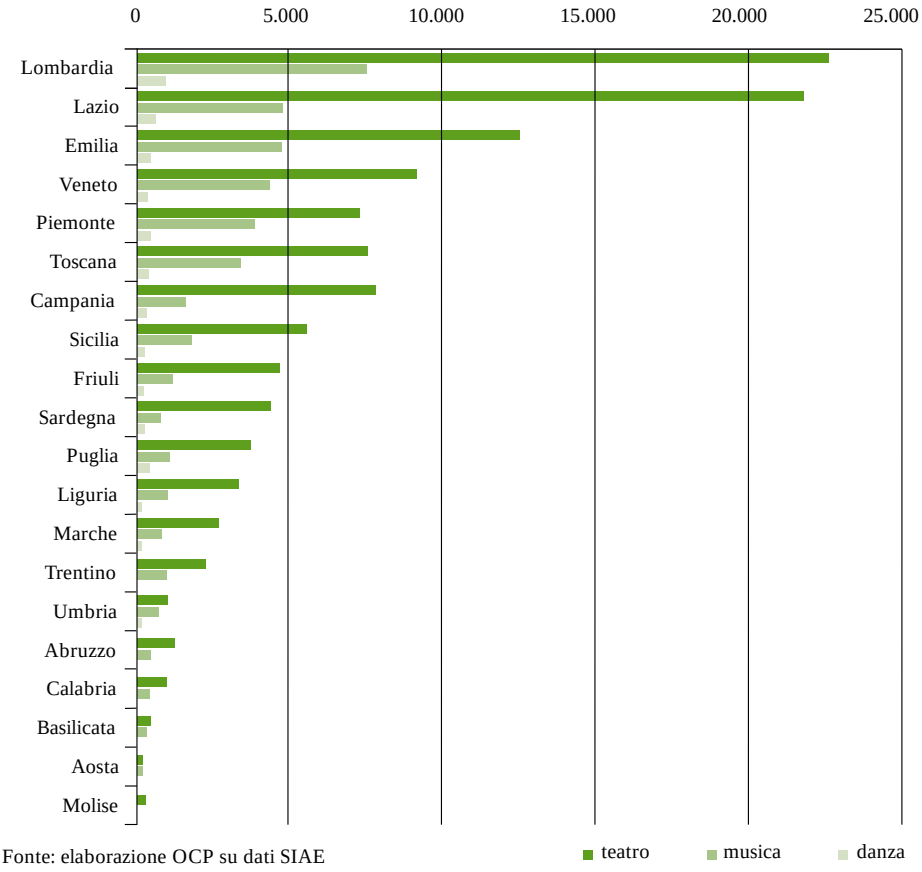
Per quanto concerne la **spesa** per lo spettacolo dal vivo, questa si presenta maggiore per la **musica** (50,2% del totale): gli incassi derivanti dalla musica leggera rappresentano da soli il 24,8% degli incassi totali per le *performing arts*, equivalenti a circa la metà degli incassi dell'intero comparto della musica.
Gli incassi del **teatro** risultano essere di poco inferiori e rappresentano il 46,7% del totale; i picchi maggiori sono determinati dal musical, il cui prezzo medio a singola rappresentazione (37,1 euro) è di poco inferiore rispetto a quello degli spettacoli d'opera (48,3 euro), ma decisamente superiore rispetto a quello della prosa (12,4 euro).
La quota minore riguarda la **danza**, che copre il 3,4% della spesa totale per lo spettacolo dal vivo e presenta il costo medio più contenuto per singola rappresentazione (10,9 euro).
La distribuzione territoriale dei differenti generi di spettacolo tende a ripresentare le caratteristiche e gli orientamenti individuati per lo spettacolo dal vivo *tout court*. Le regioni che presentano un'offerta di spettacoli maggiormente articolata per quanto attiene sia il teatro, sia la musica, sia la danza sono pertanto Lombardia, Lazio, Emilia Romagna, Veneto e Piemonte; queste, affiancate a Campania e Toscana, sono anche le regioni che presentano il maggior numero di biglietti venduti e la spesa più elevata. Tuttavia, vi sono alcune evidenze che permettono di individuare sviluppi peculiari per particolari generi di spettacolo.

Fig. 12 Spesa del pubblico per le attività teatrali e musicali in Italia nel 2002



Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE

Fig. 13 Numero di rappresentazioni per le attività teatrali e musicali in Italia nel 2002



Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE

Per quanto attiene la **danza** appare significativo constatare come questa sia particolarmente valorizzata in Piemonte, che si presenta la seconda regione della penisola per numero di biglietti venduti (164.437, pari all'11,4% dei biglietti venduti nell'intera penisola) con una spesa complessiva che ammonta a 1.548.398 euro, pari al 9,9% della spesa dell'intera penisola, e un prezzo medio di 9 euro, inferiore rispetto alla media nazionale (11,9 euro). La danza, nelle differenti declinazioni della danza classica o delle forme definite dalla SIAE "concerto di danza", è dunque un settore in crescita in Piemonte. Situazione analoga si registra in Toscana, Emilia Romagna, Veneto e Puglia[49]: se il numero di spettacoli di danza offerti in Veneto è coerente con l'orientamento della domanda di spettacolo dal vivo nel suo complesso, si deve invece osservare come la Puglia, per quanto attiene all'offerta di spettacoli di danza, assurga in una posizione di rilievo con 452 rappresentazioni (pari al 7,3% del totale dei biglietti venduti nell'intera penisola). Ad una notevole capacità di offerta di questa regione, tuttavia, non corrisponde una adeguata risposta nella domanda, poiché il numero di biglietti venduti copre solo il 3,4% delle vendite nazionali (48.571 biglietti venduti), per una spesa complessiva di 532.844 euro e un prezzo medio superiore rispetto a quello della media nazionale (circa 12 euro).

Per quanto attiene al **teatro**, l'articolazione interna in differenti settori appare molto più differenziata e permette quindi un'analisi più elaborata che consente di individuare alcuni elementi significativi.
L'offerta di musical e commedia musicale del Lazio e della Lombardia appare unica all'interno del panorama dell'intera penisola, presentando rispettivamente 823 e 674 recite; tale genere ha una considerevole diffusione anche in Toscana e Campania (212 e 209 rappresentazioni), in Emilia Romagna (174), Piemonte (150) e Sicilia (146). Il musical si presenta senza alcun dubbio, come un genere dotato di notevole capacità attrattiva, indipendentemente dal prezzo del biglietto che presenta forti squilibri a livello territoriale; tale costo si presenta, infatti, mediamente alto (37 euro), e varia dal tetto massimo del Lazio (51,5 euro) a quello minimo della Basilicata (11,5 euro); le regioni in cui l'offerta si presenta più cospicua presentano invece un prezzo abbastanza uniforme, che oscilla tra i 23 euro della Toscana e i 25 euro dell'Emilia. La diffusione e la distribuzione di tale tipologia di spettacolo è legata alla capacità attrattiva e di offerta di alcuni capoluoghi.
Se alcuni generi teatrali hanno una diffusione e una distribuzione uniforme sul territorio nazionale altri si presentano come espressione di una particolare realtà regionale fortemente legata al contesto territoriale, economico e culturale di riferimento: si tratta di tipologie di spettacolo che si possono definire di "carattere minore", legate ad una tradizione forte e radicata in un territorio definito, oppure di tipologie di spettacolo che si avvalgono di strutture e circuiti esistenti, più o meno correlate a tradizioni consolidate.

Espressione forte di una tradizione essenzialmente locale possono essere considerati, ad esempio, gli spettacoli di burattini che, sebbene si avvalgano di una cospicua capacità di offerta da parte di regioni quali Lazio (452 recite) e Emilia Romagna (446), rivelano in una regione come la Sicilia una capacità produttiva notevole, con 437 recite realizzate nel 2002. Nonostante la cospicua offerta, il numero complessivo di biglietti venduti si presenta contenuto rispetto ai valori di regioni quali Lazio, Emilia Romagna, Lombardia, Toscana e Piemonte. La notevole offerta di spettacoli di marionette della Sicilia è da porre in relazione alla presenza della tradizione del teatro dei pupi, nonostante questo si distingua dall'originario teatro delle marionette per contenuti e tecnica[50]. Radicandosi nella storia della Sicilia, l'Opera dei Pupi ne rappresenta a tutt'oggi un elemento vitale e vivo che trova una notevole diffusione, anche se la risposta di pubblico appare contenuta, con una media di spettatori che si aggira attorno alle 37 unità a singola recita, probabilmente in linea con la modalità di fruizione di tale particolare forma di spettacolo[51]. Diverso appare il discorso relativo alle regioni che presentano una maggiore domanda di spettacolo di burattini, che coincidono, ad

[49] La Toscana si presenta come la terza regione per numero di biglietti venduti (80.039), e la quarta per spesa (789.165 euro); l'Emilia si trova al quarto posto per biglietti venduti (66.725) e al quinto per spesa (623.573 euro); entrambe le regioni sono precedute per quanto attiene la spesa dal Veneto.

[50] L'Opera dei Pupi é costituita essenzialmente dalla rappresentazione delle gesta di Rè Artù, dei Paladini di Francia e di alcuni personaggi popolari.

[51] Molti spettacoli all'aperto sono gratuiti o a libera offerta: i biglietti quindi non vengono quantificati.

eccezione della Lombardia, con le regioni in cui il teatro per ragazzi appare più consolidato e capillarmente diffuso.
Un discorso analogo riguarda il teatro dialettale, che presenta una notevole diffusione in Emilia Romagna (996 rappresentazioni nel corso del 2002), seguita da Lombardia (318) e Piemonte (257). Alla cospicua offerta di teatro dialettale in Emilia Romagna (pari al 5,4% dell'offerta nazionale) corrisponde una adeguata domanda (nel 2002 sono venduti 117.676 biglietti, pari al 4,6% della domanda nazionale), con una spesa complessiva di 811.201 euro. Anche in Lombardia e Piemonte l'offerta e la domanda di teatro dialettale si dimostrano discrete. Interessante appare anche constatare come i prezzi medi per il teatro dialettale si aggirino intorno a cifre contenute (6,4 euro la media nazionale) rispetto ad altre forme di teatro: il teatro dialettale sembra mantenere una propria vena "popolare", sia nelle modalità di circuitazione sia in quelle di fruizione.

Spostando il discorso dal comparto teatrale a quello della **musica**, appare opportuno constatare come non vi siano evidenti scostamenti tra i singoli generi per quanto concerne la distribuzione nazionale dell'offerta. L'unica eccezione è rappresentata dal jazz, che vede la regione Umbria al quinto posto per l'offerta di concerti jazz (245), al terzo per quanto attiene la domanda (con 35.360 biglietti venduti) e la spesa (534.162 euro). La presenza di una manifestazione come *Umbria Jazz*, che ha rinomanza a livello sia nazionale sia internazionale e rappresenta una sorta di vetrina e di esposizione delle novità e dei migliori *ensemble* presenti sul mercato, rivela una capacità catalizzatrice dell'offerta. Per quanto attiene la lirica, appare significativo constatare il ruolo trainante svolto dal Veneto, determinato dalla presenza dell'Arena di Verona che, grazie alla capienza di 15.000 spettatori e ad un'accurata campagna di marketing e comunicazione, si presenta come grande attrattore della domanda operistica non solo nel bacino d'utenza attiguo al Veneto, ma in tutto il Nord Italia e anche all'estero. Il numero di biglietti venduti nel Veneto si presenta non paragonabile rispetto a quello delle altre regioni, mentre la spesa, pur sopravanzando anch'essa di gran lunga quella delle altre regioni, permette di individuare un prezzo medio di poco superiore rispetto a quello nazionale: 50,8 euro a fronte di 48,3 euro nel resto dell'Italia. La strategia di prezzo attuata in Veneto per la lirica, fortemente condizionata e legata a quella adottata dall'Arena, sembra puntare quindi su una dimensione di accessibilità. Situazione molto differente traspare in altre realtà, quali Liguria, Friuli Venezia Giulia e Calabria, che presentano prezzi medi per la lirica decisamente più elevati rispetto ai prezzi medi delle altre regioni.

Il concerto classico mostra una situazione in parte anomala: oltre ad avere diffusione nelle regioni dove si registra una maggiore frequentazione di spettacoli dal vivo, ha un notevole sviluppo a livello sia di domanda sia di offerta in regioni quali Puglia, Abruzzo e Sicilia, con prezzi inferiori rispetto alla media nazionale (rispettivamente 7,9 euro, 3,14 e 12,5).
Anche l'operetta presenta una diffusione territoriale in parte anomala a livello regionale: le regioni nelle quali domanda e offerta toccano livelli maggiori sono Emilia Romagna (88 rappresentazioni per un totale di 22.931 biglietti venduti) e Piemonte (79 rappresentazioni per un totale di 19.309 biglietti venduti): lo sviluppo di tale genere di spettacolo in Piemonte è da porre in relazione all'intensa attività svolta da alcune realtà sia del capoluogo sia di provincia, che spesso si avvalgono del rapporto di vicinanza e consonanza tra operetta e musical, ricavandone un ulteriore incentivo. In Emilia tale forma di spettacolo si radica all'interno di una tradizione consolidata di passione e legame con l'opera lirica e con le forme minori ad essa connesse; i costi di realizzazione e allestimento di un'operetta si presentano inoltre ridotti rispetto a quelli di un'opera lirica e l'allestimento può essere ospitato anche in teatri di minori dimensioni, capillarmente diffusi sul territorio emiliano. Infine, l'operetta presenta costi medi di biglietto contenuti che si aggirano a livello di media nazionale (attorno ai 17,8 euro). Solo il Lazio presenta un prezzo medio di accesso decisamente elevato.
La distribuzione della musica leggera condiziona e rispecchia la distribuzione del genere

[52] Il successo degli spettacoli dialettali in Emilia Romagna può essere posto in relazione sia con una tradizione teatrale in parte consolidata, sia con i successi ottenuti da un comico locale, il cui nome è noto ed apprezzato nel territorio di origine, anche se poco conosciuto al di fuori della realtà locale.

musica *tout court*; la maggiore offerta e i picchi di domanda si trovano in quei centri e capoluoghi che hanno strutture adeguate ad ospitare eventi di una certa rilevanza e portata: gli spettacoli di musica leggera si concentrano quindi nel Lazio e in Lombardia, seguite da Emilia Romagna e Piemonte.

Lo spettacolo dal vivo in Piemonte

I biglietti venduti nel 2002 in Piemonte per le attività teatrali e musicali (rilevati in 11.522 rappresentazioni) sono stati 2.079.764, per una spesa complessiva di 27.472.083 euro.
Nel corso del triennio 2000-2002 l'offerta di spettacolo dal vivo nel suo complesso è aumentata sia nei capoluoghi di provincia sia negli altri comuni, con un'intensità maggiore dal 2000 al 2001 (+31%) rispetto al 2002, che invece ha visto solo un lieve incremento del 2,5%. Nel corso del triennio il numero di rappresentazioni è aumentato complessivamente del 34,2%, nei comuni di provincia in misura maggiore rispetto ai capoluoghi (rispettivamente +31,7% e +37,2%). L'ampliamento dell'offerta nel resto del territorio provinciale trova una motivazione nel progressivo decentramento rispetto al capoluogo torinese e più in generale di provincia, iniziato gradualmente a partire dalla fine degli anni Novanta.

Analizzando i dati dei biglietti venduti in Piemonte si vede come ad un incremento del +7,1% registrato nei capoluoghi nel corso del triennio 2000-2002 corrisponda solo il 2,4% negli altri comuni.
La crescita complessiva della **domanda** deriva da un aumento consistente avvenuto nel 2001 rispetto al 2000 (+6,4%), a cui è seguita una leggera contrazione dell'1,1% nell'anno successivo, che in termini percentuali è più significativa per i capoluoghi (-1,3%) rispetto agli altri comuni di provincia (-0,9%).
Nel 2002 la **spesa** complessiva è aumentata del 15,9% rispetto al 2000, con un andamento nei tre anni analogo a quello dei biglietti venduti, elemento che denota la sostanziale corrispondenza tra la domanda e la spesa del pubblico: ad un incremento del 33,8% verificatosi dal 2000 al 2001, fa seguito una contrazione nel 2002 del 13,4%. Tuttavia, si deve sottolineare come sia sempre presente uno scarto percentuale tra i due valori, derivato dal fatto che l'incremento/contrazione della spesa è legato non solo alla quantità di biglietti venduti, ma anche ad un costante e progressivo aumento del prezzo medio dei biglietti. Nella serie storica analizzata si rilevano alcune differenze tra capoluoghi e altri comuni di provincia: si assiste a un incremento maggiore nei capoluoghi (+19,2% nel 2002 rispetto al 2000), avendo essi registrato un incremento maggiore del numero di biglietti venduti rispetto agli altri comuni di provincia, che presentano un incremento della spesa del 6,8% nello stesso periodo.

Tab. 23 Biglietti delle attività teatrali e musicali in Piemonte

Variazione percentuale

Capoluoghi	2000	2001	2002	2001-2000	2002-2001	2002-2000
Balletto classico e moderno	30.916	48.248	47.039	56,1%	-2,5%	52,2%
Burattini e marionette	17.992	11.849	11.102	-34,1%	-6,3%	-38,3%
Concerto classico	87.233	75.928	81.767	-13,0%	7,7%	-6,3%
Concerto di danza	77.695	66.590	59.312	-14,3%	-10,9%	-23,7%
Concerto jazz	14.163	16.276	15.868	14,9%	-2,5%	12,0%
Operetta	15.553	6.165	12.857	-60,4%	108,5%	-17,3%
Recital letterario	4.246	4.712	7.418	11,0%	57,4%	74,7%
Rivista e commedia musicale	65.541	55.659	120.122	-15,1%	115,8%	83,3%
Spettacolo di musica leggera	291.401	429.665	394.403	47,4%	-8,2%	35,3%
Teatro di prosa	532.372	525.593	470.324	-1,3%	-10,5%	-11,7%
Teatro di prosa dialettale	5.299	4266	3.676	-19,5%	-13,8%	-30,6%
Teatro di prosa dialettale napoletana	1.592	1.465	3.555	-8,0%	142,7%	123,3%
Teatro lirico	40.605	39.751	45.598	-2,1%	14,7%	12,3%
Varietà ed arte varia	8.609	7.697	4.340	-10,6%	-43,6%	-49,6%
Totale	**1.193.217**	**1.293.864**	**1.277.381**	**8,4%**	**-1,3%**	**7,1%**

Altri comuni di provincia	2000	2001	2002	2001-2000	2002-2001	2002-2000
Balletto classico e moderno	6.016	4.782	5.510	-20,5%	15,2%	-8,4%
Burattini e marionette	4.620	9.618	11.670	108,2%	21,3%	152,6%
Concerto classico	35.846	36.494	40.856	1,8%	12,0%	14,0%
Concerto di danza	37.247	39.971	52.576	7,3%	31,5%	41,2%
Concerto jazz	12.080	8.324	12.537	-31,1%	50,6%	3,8%
Operetta	2.776	5.075	6.452	82,8%	27,1%	132,4%
Recital letterario	3.141	2.992	4.342	-4,7%	45,1%	38,2%
Rivista e commedia musicale	4.617	1.420	5.271	-69,2%	271,2%	14,2%
Spettacolo di musica leggera	246.895	276.542	253.516	12,0%	-8,3%	2,7%
Teatro di prosa	358.392	327.785	327.403	-8,5%	-0,1%	-8,6%
Teatro di prosa dialettale	30.861	28.345	25.939	-8,2%	-8,5%	-15,9%
Teatro di prosa dialettale napoletana	277	722	1.926	160,6%	166,8%	595,3%
Teatro lirico	8.359	8.970	8.322	7,3%	-7,2%	-0,4%
Varietà ed arte varia	32.586	58.469	46.063	79,4%	-21,2%	41,4%
Totale	**783.713**	**809.509**	**802.383**	**3,3%**	**-0,9%**	**2,4%**

Provincia	2000	2001	2002	2001-2000	2002-2001	2002-2000
Balletto classico e moderno	36.932	53.030	52.549	43,6%	-0,9%	42,3%
Burattini e marionette	22.612	21.467	22.772	-5,1%	6,1%	0,7%
Concerto classico	123.079	112.422	122.623	-8,7%	9,1%	-0,4%
Concerto di danza	114.942	106.561	111.888	-7,3%	5,0%	-2,7%
Concerto jazz	26.243	24.600	28.405	-6,3%	15,5%	8,2%
Operetta	18.329	11.240	19.309	-38,7%	71,8%	5,3%
Recital letterario	7.387	7.704	11.760	4,3%	52,6%	59,2%
Rivista e commedia musicale	70.158	57.079	125.393	-18,6%	119,7%	78,7%
Spettacolo di musica leggera	538.296	706.207	647.919	31,2%	-8,3%	20,4%
Teatro di prosa	890.764	853.378	797.727	-4,2%	-6,5%	-10,4%
Teatro di prosa dialettale	36.160	32.611	29.615	-9,8%	-9,2%	-18,1%
Teatro di prosa dialettale napoletana	1.869	2.187	5.481	17,0%	150,6%	193,3%
Teatro lirico	48.964	48.721	53.920	-0,5%	10,7%	10,1%
Varietà ed arte varia	41.195	66.166	50.403	60,6%	-23,8%	22,4%
Totale	**1.976.930**	**2.103.373**	**2.079.764**	**6,4%**	**-1,1%**	**5,2%**

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE

Lo spettacolo dal vivo in Piemonte: un'analisi per generi

Prosa

In Piemonte il **teatro di prosa** è il genere che presenta un maggiore e più articolato sistema di **offerta**, raggiungendo le 5.430 rappresentazioni nel 2002, con una lieve contrazione (-1,3%) rispetto al 2001: nonostante ciò, nel complesso, l'offerta di spettacolo di prosa registra un incremento del 19,8% rispetto al 2000. L'aumento dell'offerta interessa soprattutto i comuni della provincia rispetto ai capoluoghi; è evidente come nei capoluoghi si stia raggiungendo una sorta di stabilità: ad un incremento nel numero di rappresentazioni del 13,1% dal 2000 al 2001 segue una battuta d'arresto l'anno successivo; il sistema distributivo del teatro di prosa si presenta infatti consolidato all'interno dei circuiti cittadini di maggiore respiro, che presentano ancora alcuni contenuti margini di assorbimento. Il contesto provinciale, invece, si presenta spesso come terreno dove proporre le nuove produzioni, anche se non sempre si mostra adeguatamente ricettivo nel cogliere le differenti proposte.
Ad un incremento complessivo dell'offerta corrisponde, tuttavia, una riduzione della **domanda** nel corso del triennio (-10,4%), secondo un andamento complementare tra capoluoghi e provincia: ad una lieve contrazione dal 2000 al 2001 nei capoluoghi (-1,3%) si contrappone infatti una flessione in provincia (-8,5%), mentre ad un notevole flessione nei capoluoghi nel 2002 (-10,5%) si contrappone una situazione di stasi in provincia (-0,1%).

Alla contrazione della domanda corrisponde una contrazione della **spesa**, anche se in misura più contenuta, da porre in relazione non solo alla vendita di biglietti ma anche al prezzo medio degli stessi che nel triennio tende ad aumentare. Nel corso del triennio il teatro di prosa presenta un costante calo della domanda cui corrisponde un incremento del prezzo medio del biglietto.
All'interno del contesto regionale, **Torino** si presenta quale fulcro vitale soprattutto in relazione ad alcuni generi, come ad esempio il teatro di prosa. Nel 2002 quasi la metà delle rappresentazioni sono state realizzate a Torino, che si presenta, in rapporto al contesto regionale, un punto di riferimento sia sotto il profilo produttivo sia per quanto attiene le modalità distributive e organizzative. L'incremento dell'**offerta** di teatro di prosa in Torino è pressoché simile a quello del resto dei capoluoghi della regione, secondo un orientamento che prevede presumibilmente circuiti molto simili basati sullo scambio e sulla circuitazione dei medesimi spettacoli. Ad un più consistente incremento dell'offerta di spettacoli di prosa dal 2000 al 2001 (+9,9% in Torino; +13,1% nei capoluoghi piemontesi) segue quindi un incremento più contenuto dal 2001 al 2002 (+2,9% in Torino; stabile nei capoluoghi). Nel corso del triennio la contrazione della **domanda** si presenta invece in misura leggermente più contenuta in Torino (-10,3%) rispetto ai capoluoghi di provincia (-11,7%). Gli altri comuni della provincia di Torino mostrano una domanda che rimane costante, rivelando solo una lievissima contrazione (-0,2%).
Per quanto attiene la spesa si deve rilevare come Torino da sola rappresenti oltre la metà (51,9%) della spesa dell'intera regione riservata al teatro di prosa.

Lirica

Per quanto attiene il Piemonte, ad un incremento dell'offerta nel corso del triennio – che si attesta al 3,8% – corrisponde un aumento della domanda che ha un'incidenza percentuale superiore al doppio (+10,1%), con una contrazione della spesa (-36,2%). A fronte di un ridotto incremento del numero di rappresentazioni offerte, la lirica ha rivelato una discreta capacità attrattiva, in relazione alla maggiore incidenza percentuale della domanda rispetto all'offerta. Un'analisi più dettagliata evidenzia come tali dati debbano essere posti in relazione in particolare all'attività legata ai capoluoghi di provincia (e soprattutto di Torino): dal punto di vista numerico si deve constatare come la maggior parte delle attività si concentri nei capoluoghi (nel 2002 si hanno 124 rappresentazioni contro le 41 degli altri comuni); inol-

tre la metà esatta delle rappresentazioni (112) sono realizzate a Torino. Per quanto riguarda l'andamento dell'**offerta**, nel corso del triennio si rileva come gli incrementi più significativi pertengano i comuni della provincia (+17,1%), mentre nei capoluoghi l'offerta rimane invariata, con una lieve contrazione in Torino (-0,9%). A fronte di un'offerta maggiormente capillarizzata sul territorio, si riscontra tuttavia una minore capacità ricettiva della stessa rispetto ai capoluoghi: nel corso del triennio la **domanda** nei capoluoghi aumenta del 12,3%, mentre negli altri comuni si ha una leggera flessione (-0,4%). Gli incrementi nella domanda di spettacolo lirico sono da ascrivere per la maggior parte a Torino, che da sola nel 2002 annovera 40.599 biglietti venduti su un totale regionale di 48.964 con un incremento complessivo dell'11,5%, anche se con andamento altalenante nel corso del triennio: contrazione dal 2000 al 2001 (-13,1%) e aumento dal 2001 al 2002 (+28,3%).
Dall'analisi dei dati si rileva una contrazione della **spesa**, che complessivamente scende da 1.973.230 euro nel 2000 a 1.259.400 euro nel 2002.

Danza

In regione l'andamento della danza si presenta positivo: nel corso del triennio l'**offerta** di spettacoli di danza complessivamente cresce, con maggiore intensità per quanto attiene il balletto classico e moderno – che nel corso del triennio aumenta del 64,5% – rispetto ai concerti di danza, che vedono nel triennio un incremento del 5%. Tuttavia, la distribuzione territoriale degli spettacoli di danza avviene secondo modalità estremamente differenti: mentre nei capoluoghi di provincia si ha una netta prevalenza in termini sia relativi sia assoluti del balletto classico e moderno, negli altri comuni si ha una diffusione più ridotta. Di contro, le rappresentazioni di danza di tipo "meno convenzionale" (intendendo con tale espressione tutto ciò che non è balletto classico e moderno) presentano nei comuni di provincia[53] una diffusione maggiore anche in termini assoluti.
La sola Torino assorbe l'84,8% dell'offerta di spettacoli di danza classica dell'intera regione, secondo un andamento che tende alla costante crescita nel corso del triennio; i concerti di danza impegnano Torino rispetto al resto della regione solo per il 35,3%[54].
Per quanto riguarda la **domanda**, la danza si dimostra essere nel complesso uno fra i settori delle *performing arts* più dinamici.
Analizzando la domanda di danza in Torino rispetto al resto della provincia si nota ancora una volta come il capoluogo piemontese abbia una funzione polarizzante: a Torino sono venduti l'80,3% dei biglietti di balletto classico e moderno dell'intera regione, contro a un 39,5% dei biglietti relativi agli altri spettacoli di danza.
Nel corso del triennio la **spesa** per il balletto classico e moderno tende ad aumentare[55], mentre la spesa per gli spettacoli di danza tende a diminuire. Anche l'andamento della spesa ha uno sviluppo differenziato tra capoluoghi e altri comuni di provincia: nel corso del triennio, mentre la spesa per il balletto classico e moderno aumenta sia nei capoluoghi (+38%) sia negli altri comuni (+24,6%), la spesa per i concerti di danza subisce una contrazione nei capoluoghi (-34,2%) e un incremento negli altri comuni (+46,3%). Il prezzo medio per singola rappresentazione di danza aumenta di circa 1 euro nei capoluoghi, mentre negli altri comuni di provincia si verifica un andamento opposto, con una riduzione del prezzo medio del biglietto[56].
Per quanto riguarda Torino, l'andamento del prezzo del biglietto rispecchia quello degli altri capoluoghi di provincia, anche se è più elevato[57].

Musical

Nel corso del triennio 2000-2002, l'**offerta** di musical in regione è aumentata complessivamente del 60%, con un incremento contenuto dal 2000 al 2001 (7,4%), e molto più accentuato dal 2001 al 2002 (48,5%); nell'arco di tempo preso in considerazione il numero complessivo di rappresentazioni passa da 94 a 150. L'offerta di musical cresce maggiormente nei capoluoghi rispetto agli altri comuni di provincia[58].

[53] Tali dati appaiono facilmente contestualizzabili se si considera che l'allestimento di un balletto, sia esso classico o moderno, necessita di strutture organizzative e tecniche ma soprattutto artistiche di notevole portata, che difficilmente sono esportabili in teatri di piccole dimensioni e tanto meno in piccoli teatri parrocchiali o in strutture non propriamente teatrali; cosa invece facilmente consentita da spettacoli di danza o teatro danza basati sulla contaminazione di linguaggi espressivi e artistici alternativi, che spesso vivono della suggestione di piccoli spazi e traggono valore aggiunto dal fatto di collocarsi al di fuori di alcuni spazi convenzionali; soprattutto sono molto agevoli da trasportare, visti i minori costi di personale e di materiale scenografico di cui hanno bisogno per la messa in scena.

[54] L'andamento dei concerti di danza tende tuttavia alla riduzione, come dimostra infatti la contrazione (del 17,4%) registrata nel periodo 2000-2002. Gli spettacoli più agili, leggeri e facili da trasportare, destinati presumibilmente anche ad un numero di spettatori più contenuto, trovano una maggiore diffusione sul territorio, secondo un procedimento di decentramento delle attività culturali che ha preso avvio già alla fine degli anni Novanta: il Piemonte sembra avere intrapreso una strada di evoluzione e sviluppo delle proprie risorse che prevede un processo di radicamento sul territorio di alcune forme di espressione artistica come la danza.

[55] Con un incremento del 36,6%, secondo un andamento altalenante: a una forte crescita dal 2000 al 2001 (+132%) segue una riduzione dal 2001 al 2002 (-41,1%).

[56] Nei capoluoghi il prezzo per il balletto classico e moderno passa da circa 12 euro nel 2000 a 13 nel 2002, quello per gli altri spettacoli di danza da 9 a 10; negli altri comuni di provincia il prezzo del biglietto per il balletto classico e moderno passa da circa 11 euro nel 2000 a 8 nel 2002, mentre quello per gli altri spettacoli di danza passa da 8 a 7 euro.

[57] Si passa da 11 euro circa nel 2000 a quasi 13 nel 2002 per il balletto e da 8 euro a circa 10 per le altre forme di danza.

In termini numerici l'offerta maggiore si localizza in Torino, che nel 2002 da sola offre 108 delle 116 recite della provincia e delle 150 di tutto il Piemonte[59].
Nel corso del triennio la **domanda** di musical in regione cresce complessivamente del 78,7%, con un andamento tuttavia irregolare: ad una riduzione della domanda pari al 18,6% nel 2001 rispetto al 2000, segue un incremento del 119,7% nel 2002 rispetto al 2001. La vendita più consistente di biglietti di musical interessa i capoluoghi di provincia, che nel corso del triennio vedono un incremento di biglietti venduti pari all'83,3%, mentre gli altri comuni segnano un incremento complessivo pari al 14,2%: tali valori percentuali presentano tuttavia un divario in termini numerici assoluti decisamente significativo, dal momento che nel 2002 il totale dei biglietti venduti nei capoluoghi si attesta a 120.122 unità, mentre negli altri comuni della provincia a 5.271.
Nuovamente si deve constatare il ruolo propulsivo del capoluogo piemontese: è venduto a Torino l'86% dei biglietti emessi in regione.
La domanda di musical in Torino ha tuttavia seguito un andamento fluttuante nel corso del triennio, anche se nel complesso positivo: ad una contrazione della domanda dal 2000 al 2001 (-16,8%) è seguita una nuova fase di espansione (+117,6%) dal 2001 al 2002: tale incremento deve essere posto in relazione al successo ottenuto da alcune produzioni torinesi, che si sono rivelate di notevole richiamo. Si deve inoltre considerare come il peso in termini assoluti del capoluogo piemontese venga a condizionare da solo l'andamento di tale genere in tutta la regione e la provincia. La capacità catalizzatrice del grande centro cittadino appare evidente nel momento in cui si osserva la media di spettatori a singola rappresentazione: in Piemonte si attesta per il 2002 a 938 spettatori, che a Torino salgono a 998, mentre nel resto del Piemonte scendono a 616.
La **spesa** generale per il musical tende a crescere con un incremento decisamente più accentuato rispetto a quello della domanda: l'aumento dei biglietti venduti ha comportato un aumento della spesa, ulteriormente ampliato dal rincaro del prezzo medio del biglietto. La spesa per il musical in regione cresce del 152,6%; l'incremento più significativo coinvolge soprattutto i capoluoghi che nel corso del triennio vedono un aumento del 155,9% a fronte del 48% negli altri comuni di provincia. Il 91,8% della spesa regionale per il musical avviene in Torino: una concentrazione così fortemente sbilanciata a favore del capoluogo regionale è determinata non solo dal ruolo egemonico esercitato in termini di offerta e di domanda, ma anche dal fatto che il costo medio del biglietto a Torino è di gran lunga maggiore rispetto al resto della regione (nel 2002 il prezzo medio di un singolo biglietto in Torino si aggira intorno ai 28 euro, mentre nel resto della regione scende a circa 17 euro).

Operetta

Dall'osservazione dei dati regionali traspare con tutta evidenza l'evoluzione in termini percentuali dell'**offerta** di operetta, che in Piemonte dal 2000 al 2002 aumenta del 43,6%, con un incremento del numero complessivo di rappresentazioni che sale da 55 a 79.
La distribuzione regionale presenta una capillare diffusione sul territorio, con una netta espansione del numero di rappresentazioni nel corso del triennio negli altri comuni di provincia: si passa da 13 rappresentazioni nel 2000 a 33 nel 2002, mentre nei capoluoghi si passa da 42 a 46. Nella provincia torinese l'offerta di operetta aumenta nel corso del triennio del 19,4%, mentre in Torino diminuisce del 12,5%.
In regione, la **domanda** di operetta cresce nel corso del triennio del 5,4%; i biglietti complessivi passano da 18.329 a 19.309, tuttavia tale crescita si presenta fortemente disomogenea: nei capoluoghi di provincia nel corso del triennio si ha una contrazione del 17,3%[60] ; mentre negli altri capoluoghi di provincia si ha un aumento abbastanza considerevole poiché si passa da 2.776 spettatori nel 2000 a 6.452 nel 2002. Si tratta senza dubbio di valori considerevolmente ridotti rispetto a quelli dei capoluoghi. La diffusione dell'operetta sembra seguire un andamento di tipo centrifugo, ovvero di progressivo allontanamento rispetto ai centri di maggiore respiro: la contrazione della domanda è più accentuata per Torino e meno

[58] Si ha un incremento di offerta pari al 64% rispetto al totale regionale nel corso del triennio nei primi (secondo un andamento pressoché costante +21,8% dal 2000 al 2001 e +34,7% dal 2001 al 2002), passando da 78 a 128 rappresentazioni; mentre per i secondi nel triennio si ha un incremento del 37,5%, con andamento altalenante (-62,5% dal 2000 al 2001 e +267,7% dal 2001 al 2002), ma con un'incidenza in termini numerici assoluti decisamente più contenuta (si passa da 16 spettacoli a 22).

[59] È evidente che l'andamento dell'offerta del capoluogo piemontese è in linea con quanto presentato in regione, anche se l'offerta nel corso del triennio presenta uno sviluppo maggiore, aumentando complessivamente del 66,2%.

[60] L'andamento della domanda si presenta fortemente oscillante: gli spettatori passano da 15.553 nel 2000 a 6.165 nel 2001 e salgono nuovamente a 12.857 nel 2002.

marcata per i capoluoghi di provincia[61]; in decisa crescita tanto negli altri comuni di provincia quanto nella provincia torinese.
Nel complesso, nel corso del triennio, la **spesa** per l'operetta aumenta in tutta la regione con un incremento del 36%, più accentuato nei centri di provincia rispetto ai capoluoghi. In controtendenza Torino, che vede un deciso calo della spesa (-36,8%), mentre i centri della provincia vedono un netto aumento; tuttavia, la provincia torinese registra in generale nel triennio una contrazione del 10,6% della spesa complessiva. Ciò che risulta interessante osservare è l'andamento di tale spesa, per cui si assiste ad una sorta di spostamento da Torino alla provincia, in cui si riscontra una crescita relativa degli incassi[62].
Nonostante il tentativo di diffondere tale genere sul territorio piemontese si deve considerare come la media di spettatori per singolo spettacolo sia in costante e forte decrescita: gli spettatori medi a singola rappresentazione passano in Piemonte da 370 nel 2000 a 280 nel 2001 e per il 2002 in Torino si attestano attorno alle 200 unità, mentre al di fuori di Torino passano dalle oltre 680 unità del 2000 a poco meno di 400 nel 2002.
Inoltre, in Piemonte il prezzo medio del biglietto subisce un incremento notevole, passando da circa 14 euro nel 2000 a 18 euro nel 2002; mentre a Torino è su livelli abbastanza stabili – attorno a 16 euro – nella provincia di Torino sale da circa 11 euro nel 2000 a poco più di 20 euro nel 2002.

Musica leggera

La regione nel suo complesso presenta un notevole incremento dell'**offerta** di musica leggera: i concerti salgono da 1.249 nel 2000 a 2.197 nel 2002 (+75,9%), con un considerevole sviluppo dal 2000 al 2001 (+83%) e una lieve flessione dal 2001 al 2002 (-3,9%). L'incremento più importante dell'offerta si colloca nei comuni di provincia, secondo una crescita costante che vede una lievitazione nel 2001 (+78,5%) e una crescita più moderata dal 2001 al 2002 (+8%). Anche nei capoluoghi l'offerta di musica leggera nel corso del triennio si presenta in crescita.
L'incidenza dell'offerta di musica leggera di Torino sul resto della regione appare alquanto contenuta: nel 2002 il capoluogo rappresenta circa il 28% dell'offerta complessiva della regione, mentre ha un peso decisamente maggiore in rapporto al resto della provincia torinese.
L'andamento positivo della **domanda** di musica leggera è in parte legato alla capacità attrattiva connessa ad alcuni spettacoli-evento realizzati nei capoluoghi; infatti l'incremento più consistente in termini assoluti di biglietti venduti si ha nei capoluoghi e nello specifico in Torino, dove si concentra circa la metà dei biglietti venduti. Più modesti gli incrementi della domanda nei comuni di provincia, carenti di eventi: nel complesso la domanda di musica leggera in Piemonte aumenta del 20,4% dal 2000 al 2002; tale crescita è più significativa per i capoluoghi (+35,3%) rispetto agli altri comuni di provincia (+2,7%).
Ulteriore dato che conferma la differente tipologia di spettacoli presentati nei capoluoghi e in particolare a Torino deriva dalla media di presenze a concerto, che a Torino nel 2002 si aggira attorno alle 500 unità e nel resto del Piemonte a 226. Inoltre, l'incasso medio per una singola esibizione a Torino tocca l'acme proprio nel 2001 (oltre 11.000 euro) e si attesta attorno ai 7.000 euro nel 2002, mentre nel resto del Piemonte nel 2002 è inferiore ai 3.000 euro. Si tratta pertanto di forme di spettacolo differenti, destinate a tipologie di pubblico con esigenze e aspettative diversificate, e con costi medi per singolo biglietto appartenenti a categorie tra loro spesso distanti.
Nel complesso, la **spesa** per la musica leggera nel corso del triennio aumenta del 38,2%, con un andamento irregolare[63] e un incremento della spesa più accentuato nei capoluoghi di provincia (+51,9%) rispetto agli altri comuni (+10,6%). Tale deciso incremento nella spesa dal 2000 al 2001 è da porre in relazione non solo alla lievitazione di domanda, ma anche a un forte rincaro nel prezzo medio del biglietto che nel 2001 raggiunge i 20 euro per tornare l'anno successivo a 15,6 euro, a fronte di un prezzo medio regionale che nel 2001 si aggira attorno a 19 euro e scende però a 12,4 al di fuori di Torino. I prezzi medi dei biglietti in

[61] Nel corso del triennio la domanda di operetta cala del 34,7% a Torino, e del 17,3% nei capoluoghi di provincia.

[62] A Torino la spesa scende da 146.951 euro nel 2000 a 92.944 nel 2002, mentre negli altri comuni di provincia si passa da 2.755 euro nel 2000 a circa 40.910 euro nel 2002.

[63] Ad un aumento del 78,6% dal 2000 al 2001 segue una contrazione del 22,6% dal 2001 al 2002.

Piemonte tendono globalmente a salire e passano da un media di 13 euro ad una media di 15 nel corso del triennio; tale incremento appare dettato però essenzialmente dagli incrementi dei costi dei biglietti venduti nel capoluogo di regione, considerato che nel resto della regione il prezzo medio aumenta di circa 1 euro, passando da 11,4 euro a 12,7. I rilevanti aumenti della spesa nel capoluogo sono determinati dalla presenza di offerte spettacolari peculiari, per le quali anche il pubblico non abituale è disposto ad investire – cosa che non avviene invece in provincia, dove offerta e domanda presentano una più costante e stabile evoluzione, senza forti oscillazioni.

Musica colta: concerto classico e concerto jazz

Nel corso del triennio, l'**offerta** di concerti tanto di musica classica quanto di jazz aumenta: se in termini numerici assoluti il numero di concerti classici si mantiene a livelli decisamente superiori rispetto a quelli jazz (nel 2002 si hanno 955 concerti classici a fronte dei 204 concerti jazz), questi ultimi presentano una maggiore dinamicità e vedono una crescita complessiva del 45,7%, contro il 22,1% dei primi. Mentre la musica classica rileva un andamento costante con graduali incrementi (+14,8% dal 2000 al 2001 e +6,3% dal 2001 al 2002), il jazz vede un incremento deciso dal 2000 al 2001 (+72,9%) seguito da una contrazione nell'anno successivo (-15,7%); inoltre, mentre l'offerta di musica classica è ripartita in modo capillare su tutto il territorio regionale (il numero di concerti nei capoluoghi è di poco superiore rispetto a quello degli altri comuni), la musica jazz trova più larga diffusione nei comuni di provincia (nel 2002 i capoluoghi di provincia offrono 78 concerti a fronte dei 126 dei comuni di provincia).

La **domanda** di concerti sia di musica classica sia di jazz non si presenta tuttavia dinamica tanto quanto l'offerta, anche se i biglietti venduti per i concerti jazz in regione nel corso del triennio aumentano dell'8,2%, mentre quelli di musica classica si riducono dello 0,4%.

La domanda di concerti classici cresce nei comuni di provincia e si riduce nei capoluoghi[64] ; quella di jazz cresce sia nei capoluoghi di provincia sia nei comuni, ma nei primi aumenta con maggiore intensità[65]. Fa eccezione il capoluogo di regione, che vede una crescita della domanda tanto dei concerti di musica classica quanto di quelli jazz: i primi nel corso del triennio aumentano dell'1,2%, mentre i secondi del 36,9%[66].

La domanda di concerti di musica classica si contrae, mentre si ha un incremento della **spesa** pari al 25,2%, con un aumento del 32% nei capoluoghi a fronte di una riduzione del 3,6% nei comuni di provincia[67]. Tale tendenza caratterizza anche Torino e la sua provincia: nel corso del triennio nel capoluogo si è registrato un aumento della spesa pari al 36,6%, determinato da un incremento notevole del prezzo del biglietto. Secondo una medesima linea di sviluppo si articola l'andamento della spesa per i concerti di musica classica anche nel resto della regione: ad un aumento del prezzo medio del biglietto nei capoluoghi, si contrappone una sorta di stabilità nei comuni della provincia.

Per quanto concerne i concerti di jazz, la spesa complessiva regionale dal 2000 al 2002 si riduce del 3,4%; mentre nei capoluoghi aumenta, negli altri comuni si contrae[68].

Diversamente, a Torino si ha un incremento della spesa tanto per i concerti di musica classica quanto per quelli di jazz, mentre nella provincia torinese si ha un calo della spesa con una parallela diminuzione del prezzo medio per singolo concerto sia per la musica classica sia per il jazz[69].

Burattini e marionette

Nel corso del triennio l'**offerta** di spettacoli di burattini e marionette in Piemonte aumenta lievemente (+0,4%): alla riduzione di rappresentazioni nei capoluoghi di provincia (da 191 nel 2000 a 157 nel 2002, di cui 147 nella sola Torino) si contrappone una diffusione negli altri comuni (le rappresentazioni passano da 60 nel 2000 a 95 nel 2002). Alla lieve contrazione dell'offerta corrisponde una parallela contrazione della **domanda** che nel corso del triennio diminuisce dello 0,7%: anche in questo caso ad un indebolimento nei capoluoghi

[64] Nel corso del triennio aumenta del 13,9% nei comuni di provincia, e si riduce del 6,3% nei capoluoghi.

[65] La domanda di concerti jazz cresce del 12% nei capoluoghi, e del 3,8% negli altri comuni.

[66] Nonostante tale apparente maggiore dinamicità del capoluogo piemontese, la presenza media a singolo concerto si contrae tanto a Torino quanto al di fuori: la presenza media di spettatori per i concerti di musica classica a Torino scende da 208 presenze nel 2000 a 189 nel 2002, mentre all'esterno si passa da una media di 121 presenze nel 2000 a 92 nel 2002; anche gli spettatori di musica jazz diminuiscono e passano da 259 a 224 a Torino e da 123 a 91 nel resto del Piemonte.

[67] Il prezzo medio del biglietto nei capoluoghi è sensibilmente aumentato, passando da 18,7 euro nel 2000 a 26,4 euro nel 2002, mentre è diminuito negli altri comuni, passando da circa 11 euro a 9.

[68] Si ha quindi una riduzione del prezzo medio del biglietto tanto nei capoluoghi, dal momento che la spesa aumenta meno in proporzione rispetto alla domanda (il prezzo medio del biglietto scende da 12,2 euro nel 2000 a 11,3 nel 2002), quanto negli altri comuni (il prezzo medio del biglietto scende da circa 10 euro a 8,5).

[69] A Torino il prezzo medio del biglietto per i concerti di jazz rimane pressoché costante (attorno ai 12 euro) e aumenta notevolmente quello per i concerti di classica (dal 2000 al 2002 passa da 22 a 31 euro); in provincia diminuiscono entrambi: il prezzo medio per la classica scende da 8,3 a 6,7 euro, quello per il jazz da 9,8 a 8 euro.

(-38,3%) si contrappone una forte espansione nei comuni di provincia (si passa da 4.620 spettatori nel 2000 a 11.670 nel 2002). Gli spettacoli di burattini e marionette, una tipologia di spettacolo destinata prevalentemente a un pubblico di bambini o di scolaresche, si adatta facilmente ad ambienti anche di ridotte dimensioni, fattore che facilita il movimento di tali spettacoli al di fuori del contesto cittadino del capoluogo, rendendone in tal modo più capillare la diffusione sul territorio e facilitandone l'accessibilità.

Recital letterario

La **domanda** di recital letterario nel corso del triennio subisce una contrazione su tutto il territorio regionale (pari al 22,4%): tale riduzione si presenta meno accentuata nei capoluoghi (-14,8%) rispetto agli altri comuni (-31,8%). Si deve tenere presente, tuttavia, come l'offerta di recital letterario dei capoluoghi sia pressoché interamente coperta da Torino (43 delle 46 rappresentazioni dei capoluoghi sono state realizzate a Torino). Al calo dell'offerta corrisponde un incremento complessivo della **domanda**, che nel corso del triennio in regione aumenta del 59,2%, con maggiore intensità sempre nei capoluoghi (+74,7%) rispetto agli altri comuni di provincia (+38,2%). Solo Torino mostra un'espansione del numero di biglietti venduti, che passano da 3.657 nel 2000 a 6.804 nel 2002 rappresentando più della metà degli spettatori totali a livello regionale (11.760). Per quanto concerne la **spesa** complessiva, nel corso del triennio in Piemonte cresce del 75,1%; tale aumento è da attribuire prevalentemente al rincaro del prezzo medio del biglietto nei capoluoghi, che passa da circa 5 euro nel 2000 a circa 8 euro nel 2002, condizionato dall'incremento presentato nel capoluogo piemontese (da 4 euro si passa a 8 euro), mentre negli altri comuni del Piemonte il prezzo medio per assistere a un recital letterario scende da circa 9 euro a circa 7 euro. A fronte di un decremento dell'offerta, il recital letterario sembra conservare un proprio pubblico, seppure ristretto, che tende ad aumentare soprattutto nei capoluoghi e in particolare in Torino.

Lo spettacolo dal vivo a Torino e in provincia

Torino si presenta senza alcun dubbio come un punto catalizzatore sotto il profilo sia dell'offerta sia della domanda di spettacolo dal vivo, secondo una linea trasversale che coinvolge tutti i generi, ma in particolare il teatro di prosa, la lirica, la danza e, a partire dalla fine degli anni Novanta, il musical e/o commedia musicale.
Nel 2002 l'offerta di spettacolo dal vivo di Torino rappresenta il 69,9% dell'offerta dell'intera provincia, il 72,3% della domanda e l'86,9% della spesa.
Nel corso del triennio 2000-2002 l'**offerta** di spettacolo dal vivo in Torino e provincia aumenta del 30,4%, con un incremento maggiore dal 2000 al 2001 (+24%) rispetto all'anno successivo (+5,1%); lo sviluppo dell'offerta di spettacolo dal vivo è da porre in relazione alla capacità propositiva del capoluogo piemontese, la cui offerta tende a una costante espansione: +20% dal 2000 al 2001 e +9% dal 2001 al 2002, con un aumento complessivo del 30,9%. Diversamente, negli altri comuni di provincia l'andamento dell'offerta si presenta meno uniforme, con un'ascesa decisa nella prima parte del triennio (+33,1%) a cui si contrappone una contrazione (-3%) nella seconda parte; nel complesso tuttavia l'offerta cresce di circa il 29%.
A una più contenuta crescita dell'offerta si contrappone, tuttavia, una maggiore capacità competitiva sotto il profilo della **domanda**: nel corso del triennio il Piemonte presenta un incremento della domanda di spettacolo dal vivo pari al 5,2%, mentre per la provincia di Torino l'incremento si attesta all'8,1%: Torino e la sua provincia registrano una capacità più forte di richiamo nei confronti degli spettatori rispetto al resto del Piemonte. Il migliore posizionamento per quanto concerne la domanda di spettacolo dal vivo nel suo complesso si lega in modo particolare alla prima parte del triennio (2000-2001), con un incremento della domanda del 9%, a cui segue una lieve flessione dal 2001-2002 (-0,8%).

Tab. 24 Rappresentazioni delle attività teatrali e musicali a Torino e provincia

Variazione percentuale

Torino

	2000	2001	2002	2001-2000	2002-2001	2002-2000
Balletto	84	122	173	45,2%	41,8%	106,0%
Burattini	177	119	147	-32,8%	23,5%	-16,9%
Classico	306	299	342	-2,3%	14,4%	11,8%
Danza	178	186	147	4,5%	-21,0%	-17,4%
Jazz	38	118	60	210,5%	-49,2%	57,9%
Operetta	32	23	28	-28,1%	21,7%	-12,5%
Letterario	34	47	43	38,2%	-8,5%	26,5%
Commedia	65	85	108	30,8%	27,1%	66,2%
Musica	502	662	621	31,9%	-6,2%	23,7%
Prosa	1.967	2.162	2.226	9,9%	3,0%	13,2%
Dialettale	2					
Napoletano	6	7	6	16,7%	-14,3%	0,0%
Lirica	113	106	112	-6,2%	5,7%	-0,9%
Varie	132	430	747	225,8%	73,7%	465,9%
Totale	**3.636**	**4.366**	**4.760**	**20,1%**	**9,0%**	**30,9%**

Altri comuni di provincia

	2000	2001	2002	2001-2000	2002-2001	2002-2000
Balletto	7	1	1	-85,7%	0,0%	-85,7%
Burattini	17	40	38	135,3%	-5,0%	123,5%
Classico	97	113	123	16,5%	8,8%	26,8%
Danza	64	59	86	-7,8%	45,8%	34,4%
Jazz	27	37	32	37,0%	-13,5%	18,5%
Operetta	4	11	15	175,0%	36,4%	275,0%
Letterario	25	16	11	-36,0%	-31,3%	-56,0%
Commedia	2	5	8	150,0%	60,0%	300,0%
Musica	195	243	269	24,6%	10,7%	37,9%
Prosa	880	1.274	1.260	44,8%	-1,1%	43,2%
Dialettale	128	115	100	-10,2%	-13,0%	-21,9%
Napoletano	2	7	9	250,0%	28,6%	350,0%
Lirica	12	16	26	33,3%	62,5%	116,7%
Varie	130	179	75	37,7%	-58,1%	-42,3%
Totale	**1.590**	**2.116**	**2.053**	**33,1%**	**-3,0%**	**29,1%**

Provincia di Torino

	2000	2001	2002	2001-2000	2002-2001	2002-2000
Balletto	91	123	174	35,2%	41,5%	91,2%
Burattini	194	159	185	-18,0%	16,4%	-4,6%
Classico	403	412	465	2,2%	12,9%	15,4%
Danza	242	245	233	1,2%	-4,9%	-3,7%
Jazz	65	155	92	138,5%	-40,6%	41,5%
Operetta	36	34	43	-5,6%	26,5%	19,4%
Letterario	59	63	54	6,8%	-14,3%	-8,5%
Commedia	67	90	116	34,3%	28,9%	73,1%
Musica	697	905	890	29,8%	-1,7%	27,7%
Prosa	2.847	3.436	3.486	20,7%	1,5%	22,4%
Dialettale	130	115	100	-11,5%	-13,0%	-23,1%
Napoletano	8	14	15	75,0%	7,1%	87,5%
Lirica	125	122	138	-2,4%	13,1%	10,4%
Varie	262	609	822	132,4%	35,0%	213,7%
Totale	**5.226**	**6.482**	**6.813**	**24,0%**	**5,1%**	**30,4%**

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE

Tab. 25 Biglietti delle attività teatrali e musicali a Torino e provincia

Variazione percentuale

	Torino					
	2000	2001	2002	2001-2000	2002-2001	2002-2000
Balletto	27.161	43.657	42.242	60,7%	-3,2%	55,5%
Burattini	16.120	9.247	10.131	-42,6%	9,6%	-37,2%
Classico	63.728	58.123	64.513	-8,8%	11,0%	1,2%
Danza	58.684	52.907	44.233	-9,8%	-16,4%	-24,6%
Jazz	9.837	11.514	13.469	17,0%	17,0%	36,9%
Operetta	8.709	4.346	5.690	-50,1%	30,9%	-34,7%
Letterario	3.657	2.960	6.804	-19,1%	129,9%	86,1%
Commedia	59.528	49.533	107.807	-16,8%	117,6%	81,1%
Musica	246.933	383.915	311.199	55,5%	-18,9%	26,0%
Prosa	391.134	377.123	350.918	-3,6%	-6,9%	-10,3%
Dialettale	883					
Napoletano	1.422	659	2.220	-53,7%	236,9%	56,1%
Lirica	36.417	31.651	40.599	-13,1%	28,3%	11,5%
Varie	7.395	6.630	3.665	-10,3%	-44,7%	-50,4%
Totale	**931.608**	**1.032.265**	**1.003.490**	**10,8%**	**-2,8%**	**7,7%**

	Altri comuni di provincia					
	2000	2001	2002	2001-2000	2002-2001	2002-2000
Balletto	1.029	269	236	-73,9%	-12,3%	-77,1%
Burattini	2.368	7.549	5.091	218,8%	-32,6%	115,0%
Classico	13.603	12.948	12.885	-4,8%	-0,5%	-5,3%
Danza	11.637	13.015	19.422	11,8%	49,2%	66,9%
Jazz	7.156	3.090	4.754	-56,8%	53,9%	-33,6%
Operetta	747	2.643	3.179	253,8%	20,3%	325,6%
Letterario	1.899	1.320	1.047	-30,5%	-20,7%	-44,9%
Commedia	197	1.420	1.715	620,8%	20,8%	770,6%
Musica	126.170	125.153	128.110	-0,8%	2,4%	1,5%
Prosa	153.734	143.696	153.482	-6,5%	6,8%	-0,2%
Dialettale	16.798	14.881	13.811	-11,4%	-7,2%	-17,8%
Napoletano	277	671	1.543	142,2%	130,0%	457,0%
Lirica	2.251	2.711	4.687	20,4%	72,9%	108,2%
Varie	14.456	37.305	34.335	158,1%	-8,0%	137,5%
Totale	**352.322**	**366.671**	**384.297**	**4,1%**	**4,8%**	**9,1%**

	Provincia di Torino					
	2000	2001	2002	2001-2000	2002-2001	2002-2000
Balletto	28.190	43.926	42.478	55,8%	-3,3%	50,7%
Burattini	18.488	16.796	15.222	-9,2%	-9,4%	-17,7%
Classico	77.331	71.071	77.398	-8,1%	8,9%	0,1%
Danza	70.321	65.922	63.655	-6,3%	-3,4%	-9,5%
Jazz	16.993	14.604	18.223	-14,1%	24,8%	7,2%
Operetta	9.456	6.989	8.869	-26,1%	26,9%	-6,2%
Letterario	5.556	4.280	7.851	-23,0%	83,4%	41,3%
Commedia	59.725	50.953	109.522	-14,7%	114,9%	83,4%
Musica	373.103	509.068	439.309	36,4%	-13,7%	17,7%
Prosa	544.868	520.819	504.400	-4,4%	-3,2%	-7,4%
Dialettale	17.681	14.881	13.811	-15,8%	-7,2%	-21,9%
Napoletano	1.699	1.330	3.763	-21,7%	182,9%	121,5%
Lirica	38.668	34.362	45.286	-11,1%	31,8%	17,1%
Varie	21.851	43.935	38.000	101,1%	-13,5%	73,9%
Totale	**1.283.930**	**1.398.936**	**1.387.787**	**9,0%**	**-0,8%**	**8,1%**

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE

Analizzando più nel dettaglio i dati, si evince come Torino in particolare abbia dimostrato una notevole capacità attrattiva dal 2000 al 2001: si ha infatti un incremento della domanda nel solo capoluogo pari al 10,8%. Tale aumento complessivo di domanda è da imputare soprattutto al successo ottenuto dalla musica leggera: la vendita di biglietti aumenta del 55,5%, passando da circa 250 mila unità nel 2000 a oltre 380 mila nel 2001; risultati positivi sono registrati anche dal balletto classico (la domanda aumenta del 60,7%, gli spettatori passano da circa 27 mila a circa 43 mila) e dal jazz (la domanda aumenta del 17%, gli spettatori passano da 9.837 a 11.514), mentre gli altri generi sono in flessione. La domanda in provincia presenta invece un andamento meno polarizzato attorno a generi specifici, pur rimanendo prosa e musica i generi che esercitano un'attrazione maggiore in termini numerici assoluti.
L'anno successivo (2001-2002) la domanda di spettacolo dal vivo ha un andamento differente tra Torino e la provincia: a Torino è in lieve flessione (-2,8%), mentre in provincia in aumento (+4,8%). Tuttavia, in considerazione del peso in termini assoluti di Torino in rapporto al resto della provincia, nel complesso l'andamento della domanda si presenta in lieve flessione (-0,8%), così come avviene considerando l'intera regione. Per quanto attiene Torino, nonostante un leggera flessione nella domanda in parte legata alla contrazione nella domanda di musica leggera (-18,9%, si passa da 383 mila spettatori a poco più di 300 mila), si deve evidenziare il ruolo propositivo della commedia musicale i cui spettatori passano da circa 50 mila a oltre 100 mila.
Per quanto concerne la **spesa**, Torino e provincia presentano un incremento percentuale maggiore rispetto al resto del Piemonte, con un aumento complessivo pari al 19,3%, mentre nel resto della regione si attesta al 15,9%.

La curva della spesa per lo spettacolo dal vivo in provincia di Torino presenta una crescita costante nel corso del triennio (+10% dal 2000 al 2001, +6,7% dal 2001 al 2002), con un incremento complessivo pari al 17,3%; mentre a Torino ha un andamento altalenante (aumenta dal 2000 al 2001 del 53,2%, diminuisce dal 2001 al 2002 del 22%) che rivela, tuttavia, un rialzo pari al 19,6% nel corso del triennio. Tale aumento si presenta maggiore rispetto a quello del numero di biglietti venduti, ed è pertanto da attribuire ad una lievitazione non solo della domanda, ma anche del costo medio del biglietto.

Tab. 26 Spesa del pubblico per le attività teatrali e musicali a Torino e provincia

	Torino			Variazione percentuale		
	2000	2001	2002	2001-2000	2002-2001	2002-2000
Balletto	€ 346.906,48	€ 910.092,61	€ 473.617,89	162,3%	-48,0%	36,5%
Burattini	€ 69.585,16	€ 41.964,33	€ 49.311,40	-39,7%	17,5%	-29,1%
Classico	€ 1.447.622,93	€ 2.056.389,31	€ 2.003.776,14	42,1%	-2,6%	38,4%
Danza	€ 569.581,27	€ 435.575,56	€ 366.552,60	-23,5%	-15,8%	-35,6%
Jazz	€ 117.805,63	€ 153.990,56	€ 160.941,40	30,7%	4,5%	36,6%
Operetta	€ 146.951,95	€ 68.329,70	€ 92.944,55	-53,5%	36,0%	-36,8%
Letterario	€ 16.174,39	€ 19.690,43	€ 54.331,95	21,7%	175,9%	235,9%
Commedia	€ 1.233.846,27	€ 1.309.060,58	€ 3.161.947,79	6,1%	141,5%	156,3%
Musica	€ 3.386.170,90	€ 7.678.401,58	€ 4.858.839,67	126,8%	-36,7%	43,5%
Prosa	€ 5.112.259,03	€ 5.594.255,61	€ 4.804.931,89	9,4%	-14,1%	-6,0%
Dialettale	€ 14.714,89					
Napoletano	€ 14.295,53	€ 4.403,30	€ 29.044,82	-69,2%	559,6%	103,2%
Lirica	€ 1.751.605,78	€ 3.591.994,02	€ 985.545,85	105,1%	-72,6%	-43,7%
Varie	€ 67.085,43	€ 39.627,90	€ 52.112,16	-40,9%	31,5%	-22,3%
Totale	**€ 14.294.605,64**	**€ 21.903.775,49**	**€ 17.093.898,11**	**53,2%**	**-22,0%**	**19,6%**

	Altri comuni di provincia					
	2000	2001	2002	2001-2000	2002-2001	2002-2000
Balletto	€ 3.804,74	€ 694,63	€ 944,00	-81,7%	35,9%	-75,2%
Burattini	€ 10.015,65	€ 24.536,26	€ 17.403,81	145,0%	-29,1%	73,8%
Classico	€ 112.540,56	€ 95.704,72	€ 86.729,20	-15,0%	-9,4%	-22,9%
Danza	€ 65.483,12	€ 62.558,36	€ 116.447,76	-4,5%	86,1%	77,8%
Jazz	€ 70.193,73	€ 24.802,99	€ 37.889,78	-64,7%	52,8%	-46,0%
Operetta	€ 2.775,43	€ 27.321,91	€ 40.910,82	884,4%	49,7%	1374,0%
Letterario	€ 14.979,33	€ 12.670,30	€ 4.332,18	-15,4%	-65,8%	-71,1%
Commedia	€ 1.828,26	€ 14.106,03	€ 17.179,00	671,6%	21,8%	839,6%
Musica	€ 890.792,44	€ 774.799,87	€ 890.516,90	-13,0%	14,9%	0,0%
Prosa	€ 793.975,44	€ 1.062.002,74	€ 1.055.314,42	33,8%	-0,6%	32,9%
Dialettale	€ 100.184,24	€ 91.513,79	€ 93.825,44	-8,7%	2,5%	-6,3%
Napoletano	€ 1.361,89	€ 4.364,58	€ 12.911,83	220,5%	195,8%	848,1%
Lirica	€ 22.142,60	€ 28.468,21	€ 54.846,34	28,6%	92,7%	147,7%
Varie	€ 98.444,41	€ 184.157,16	€ 138.841,39	87,1%	-24,6%	41,0%
Torino	**€ 2.188.521,84**	**€ 2.407.701,55**	**€ 2.568.092,87**	**10,0%**	**6,7%**	**17,3%**

	Provincia di Torino					
	2000	2001	2002	2001-2000	2002-2001	2002-2000
Balletto	€ 350.711,22	€ 910.787,24	€ 474.561,89	159,7%	-47,9%	35,3%
Burattini	€ 79.600,81	€ 66.500,59	€ 66.715,21	-16,5%	0,3%	-16,2%
Classico	€ 1.560.163,49	€ 2.152.094,03	€ 2.090.505,34	37,9%	-2,9%	34,0%
Danza	€ 635.064,39	€ 498.133,92	€ 483.000,36	-21,6%	-3,0%	-23,9%
Jazz	€ 187.999,36	€ 178.793,55	€ 198.831,18	-4,9%	11,2%	5,8%
Operetta	€ 149.727,38	€ 95.651,61	€ 133.855,37	-36,1%	39,9%	-10,6%
Letterario	€ 31.153,72	€ 32.360,73	€ 58.664,13	3,9%	81,3%	88,3%
Commedia	€ 1.235.674,53	€ 1.323.166,61	€ 3.179.126,79	7,1%	140,3%	157,3%
Musica	€ 4.276.963,34	€ 8.453.201,45	€ 5.749.356,57	97,6%	-32,0%	34,4%
Prosa	€ 5.906.234,47	€ 6.656.258,35	€ 5.860.246,31	12,7%	-12,0%	-0,8%
Dialettale	€ 114.899,13	€ 91.513,79	€ 93.825,44	-20,4%	2,5%	-18,3%
Napoletano	€ 15.657,42	€ 8.767,88	€ 41.956,65	-44,0%	378,5%	168,0%
Lirica	€ 1.773.748,38	€ 3.620.462,23	€ 1.040.392,19	104,1%	-71,3%	-41,3%
Varie	€ 165.529,84	€ 223.785,06	€ 190.953,55	35,2%	-14,7%	15,4%
Totale	**€ 16.483.127,48**	**€ 24.311.477,04**	**€ 19.661.990,98**	**47,5%**	**-19,1%**	**19,3%**

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE

I circuiti dello spettacolo dal vivo

I circuiti territoriali per la distribuzione dello spettacolo in ambito regionale rappresentano una risorsa fondamentale per il Piemonte, contribuendo alla diffusione capillare delle attività culturali sul territorio. I Circuiti Regionali dello Spettacolo, istituzionalizzati o meno, garantiscono condizioni di accesso alle attività culturali di pregio a tutti i cittadini, si trovino essi nelle grandi città o nei piccoli centri.

Piemonte in Musica

Per l'anno 2003 *Piemonte in Musica*[70] ha consolidato la sua attività in regione realizzando 888 concerti, 5 in più rispetto all'anno precedente. I comuni che hanno ospitato il maggior numero di concerti nel 2003 sono Alessandria, con 45 esibizioni concentrate nel periodo autunnale e invernale, e Bardonecchia, con 40 concerti realizzati quasi esclusivamente nel mese di luglio. Le province di Torino e di Cuneo rimangono quelle con il più alto numero di spettacoli (rispettivamente 360 e 268), e insieme alla provincia di Alessandria (125 spettacoli) assorbono complessivamente oltre l'84% dei concerti totali. Delle rimanenti province, quella di Verbania si distingue nettamente dalle altre con 61 concerti.
La provincia di Cuneo rimane come l'anno precedente quella con la più alta percentuale di comuni interessati dal Circuito: 85 comuni su 250 hanno ospitato concerti, per lo più nel periodo estivo tra luglio, agosto e settembre. Dinamica pressoché analoga per la provincia di Verbania, dove circa il 28% dei comuni ha organizzato i 61 concerti nel periodo estivo. Nel complesso la programmazione di *Piemonte in Musica* si concentra nei mesi tra maggio e settembre con quasi il 60% dei concerti; tale dinamica risulta valida soprattutto nelle province a più alta vocazione turistica come appunto Cuneo, Verbania e Alessandria. Lo stesso vale per Torino, dove tuttavia risulta numericamente considerevole anche la programmazione autunnale.
Le province di Novara e Vercelli sono quelle meno interessate dai concerti e sono anche quelle dove la distribuzione mensile delle esibizioni ha un andamento altalenante, indice di una certa occasionalità della programmazione.

Piemonte a Teatro

In seguito al crescente interesse che si è andato formando verso il Circuito Teatrale Regionale, il Teatro Stabile Torino e la Regione Piemonte hanno istituzionalizzato l'iniziativa con la creazione nel febbraio del 2003 della Fondazione Circuito Teatrale del Piemonte, al fine di consolidare e rafforzare la diffusione e il decentramento delle attività teatrali in regione.
I teatri coinvolti nel 2003 sono stati circa 20, distribuiti sul territorio regionale, e dalla stagione 2003/2004 è stato coinvolto anche il Theatre de la Ville di Aosta. Le città aderenti al Circuito partecipano dunque alla creazione di una rete di scambi e relazioni tra territori differenti della regione garantendo una programmazione di qualità con le produzioni regionali sia attraverso l'ospitalità di produzioni nazionali. Il sostegno e il potenziamento delle strutture locali già esistenti sul territorio contribuisce inoltre alla diffusione della cultura teatrale e alla formazione/sviluppo di un pubblico che altrimenti rimarrebbe escluso da programmazioni di ampio respiro. Il pubblico sembra reagire positivamente, con circa 150 mila presenze nel 2003 su circa 300 recite.

Teatro Ragazzi e Giovani Piemonte

Nato nel 1992 al fine di coordinare e valorizzare le compagnie teatrali regionali attive nella produzione per ragazzi, il Circuito del Teatro Ragazzi[71] ha consolidato la sua posizione sul territorio diversificando notevolmente l'offerta di spettacoli e laboratori per le scuole e per le famiglie.

[70] Alla realizzazione di *Piemonte in Musica* collaborano le seguenti istituzioni musicali: il Teatro Regio di Torino, l'Orchestra Sinfonica Nazionale della RAI, l'Orchestra Filarmonica di Torino, l'Accademia Corale Stefano Tempia di Torino, l'Orchestra Sinfonica Giovanile del Piemonte di Ivrea (To) e l'Unione Musicale di Torino.

[71] Il progetto *Teatro Ragazzi e Giovani Piemonte* è curato dal Teatro dell'Angolo con la collaborazione delle seguenti compagnie teatrali: Assemblea Teatro, Coltelleria Einstein, Il Dottor Bostik/Unoteatro, Il Melarancio, Marionette Grilli, Nonsoloteatro, Onda Teatro, Stilema/Uno teatro, Il Ballatoio.

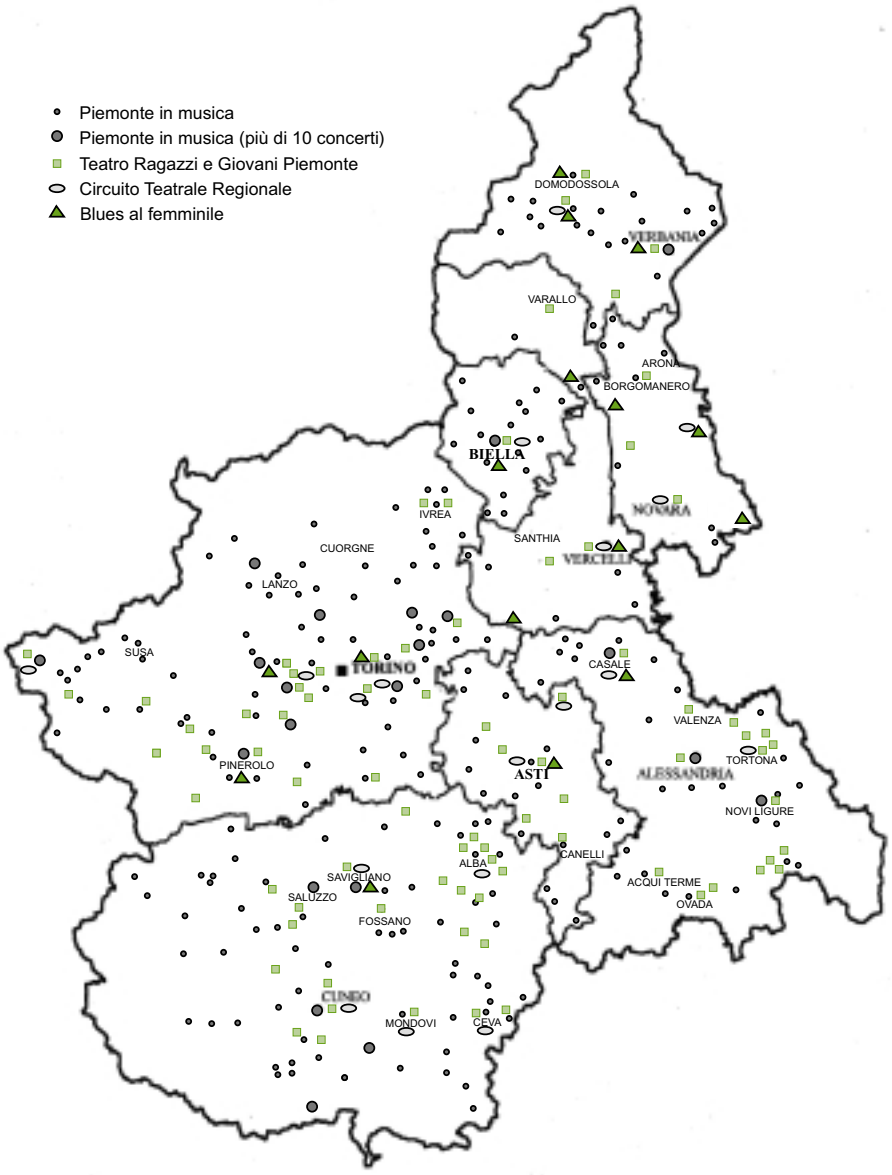
Per quanto nella stagione 2002/2003 vi sia stato un leggero ridimensionamento nel numero di spettacoli, l'offerta rimane comunque considerevole, con 528 recite scolastiche e 143 recite serali. Maggiore impulso è stato dato alle recite per famiglie, con 245 spettacoli per un totale complessivo di 916 recite. Anche il numero di spettatori si è assestato su livelli significativi, con circa 185.000 presenze distribuite nei 69 comuni coinvolti dal progetto.
Se le recite hanno subito un lieve calo, l'attività di laboratori ed incontri è invece notevolmente aumentata: nei 63 comuni interessati sono stati realizzati 270 laboratori e 1.620 incontri, ai quali hanno partecipato 48.600 persone.

Blues al Femminile

Nata nel 1990 come rassegna itinerante, *Blues al Femminile*[72] è un'iniziativa che si configura come un progetto di decentramento della musica jazz e blues contemporanea dedicata alle artiste. Si svolge prevalentemente nel periodo autunnale e invernale e interessa Torino e il resto del territorio regionale. Ogni anno vengono proposti 30 concerti in 16 città con un costante aumento di pubblico: nell'edizione 2002 gli spettatori sono stati più di 8.800 mentre nel 2003 sono stati oltre 10.300. I dati sembrano dunque confermare il radicamento sul territorio della manifestazione, che coinvolge associazioni e istituti privati, oltre a enti locali quali Province e Comuni. Parallelamente ai concerti, ogni anno vengono proposti eventi collaterali come proiezioni video e incontri con le artiste alle mostre: ogni anno si svolgono mediamente una quindicina di attività collaterali e seminariali, di formazione e di sensibilizzazione del pubblico sulla tematica specifica della manifestazione.

[72] *Blues al femminile* è organizzato dall'Associazione Culturale Centro Jazz Torino.

Fig. 14 I Circuiti dello spettacolo in Piemonte



Fonte: elaborazione OCP giugno 2004

1.7 Il Cinema

Dall'analisi dei dati di affluenza nelle sale cinematografiche in Piemonte nel 2003 emerge un quadro complesso e articolato: a Torino si registra un lieve incremento (1,6%) dei biglietti venduti, mentre nel resto della regione i consumi sono fortemente in crisi con un -14% rispetto all'anno precedente. Le differenze territoriali tra grandi città e resto della provincia stanno diventando sempre più marcate anche a livello nazionale, dove risulta evidente lo spostamento degli spettatori dalle grandi città verso altre strutture localizzate nelle zone più periferiche, fenomeno iniziato con la diffusione dei multiplex.
La crisi dei consumi non riguarda soltanto il contesto italiano: segni di sofferenza vengono registrati anche nei principali mercati europei. Nel corso del 2002 in Europa occidentale si assiste, infatti, ad una contrazione dei principali mercati, nonostante l'aumento degli schermi. Sebbene l'andamento dei consumi nei singoli Paesi si presenti estremamente diversificato, appare evidente che i fattori che incidono sugli andamenti appaiono legati essenzialmente alle scelte di programmazione e alle politiche di incentivazione adottate da alcuni Paesi.

Cinema in Europa nel 2002-2003

Nel 2002 i consumi di spettacoli cinematografici nei 18 paesi dell'Europa occidentale[73] risultano sostanzialmente assestati sui livelli dell'anno precedente, con un leggero incremento dello 0,8%. I biglietti venduti sono stati **966 milioni**, per una spesa complessiva di **5,6 miliardi di euro**. Analizzando i singoli territori emergono indicazioni contrastanti rispetto al quadro generale: l'andamento dei mercati nei singoli paesi è estremamente diversificato e tali dinamiche sono il frutto di differenti fattori. Più in generale, se verso la fine degli anni Novanta il processo di rinnovamento dell'esercizio cinematografico in Europa poteva trovare riscontro in un effettivo aumento di spettatori (è il caso della Spagna), nel 2002 si assiste ad una contrazione dei principali mercati nonostante l'aumento del numero di schermi. Esaurito l'effetto trainante dell'innovazione tecnologica delle sale, i fattori che possono incidere sugli andamenti di consumo sono piuttosto legati alla programmazione ed in particolare alla presenza di pellicole nazionali di successo e alle politiche di incentivazione dei consumi che alcuni paesi hanno adottato. Inoltre, lo sviluppo che ha interessato l'*home entertainment* con la diffusione massiccia dei DVD ha influenzato ulteriormente i modelli di consumo. Dalle anticipazioni dei dati 2003 risulta infatti una difficoltà diffusa su tutti i principali mercati europei: il numero di schermi si è pressoché stabilizzato – segno di una progressiva saturazione del mercato – mentre le affluenze sono notevolmente calate.

La **Francia** rimane il mercato più importante sia in termini di produzione[74] sia di consumo, con circa **184 milioni** di biglietti venduti. Se il 2002 si è chiuso con una leggera flessione dello 0,7%[75] rispetto all'anno precedente, nel 2003 si è registrato un calo di quasi il 6%[76] rispetto al 2002. I risultati positivi degli ultimi anni sono in gran parte dovuti alla modernizzazione dell'esercizio cinematografico con la nascita di numerosi multiplex, ma anche ad una politica di promozione dei consumi di cinema, come l'istituzione di forme di abbonamento in grado di garantire agevolazioni tariffarie particolarmente attrattive. Il calo di spettatori del 2003 è determinato principalmente dal minor numero di pellicole di successo, in particolare di film francesi[77]. Il dato trova conferma nel fatto che la Francia, a differenza di altri Paesi europei, può contare su una distribuzione capillare di schermi sul territorio che interessa anche i piccoli centri abitati, in seguito alle incentivazioni statali erogate per l'apertura di nuove sale cinematografiche nelle zone meno servite.

[73] 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.

[74] In Francia nel 2002 sono stati prodotti e coprodotti 200 lungometraggi.

[75] Fonte: Media Salles.

[76] Fonte: CNC.

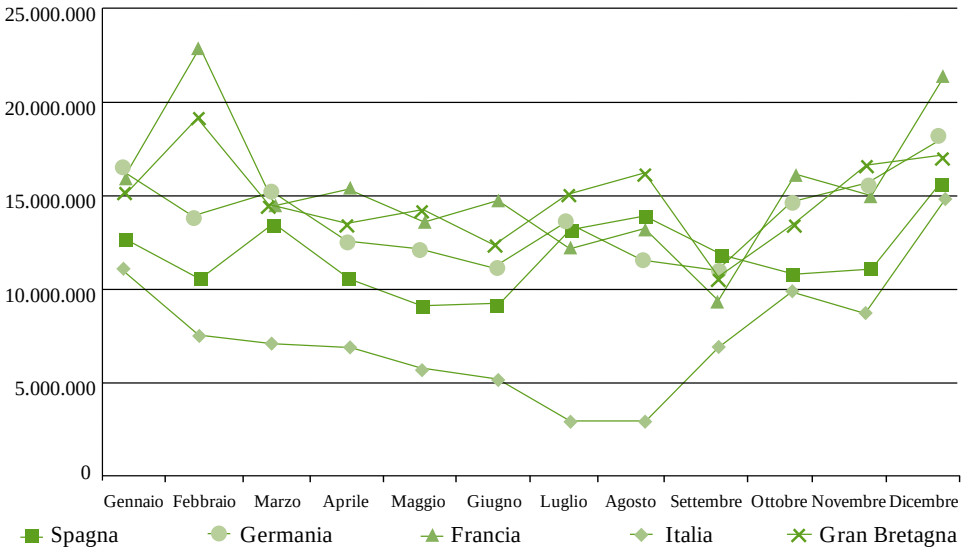
[77] Il numero di film programmati in prima visione erano 506 nel 2001, calati a 488 nel 2002.

L'esercizio cinematografico in **Gran Bretagna** ha subito una grande trasformazione ed è diventato il secondo mercato europeo superando quello tedesco: i biglietti venduti sono passati da 156 milioni nel 2001 a oltre 175 milioni nel 2002 con un incremento di quasi il 13%, sebbene le prime proiezioni sul 2003 riportino una perdita stimabile in circa 3% di spettatori rispetto al 2002[78]. Gli schermi sono ulteriormente aumentati nel 2002 arrivando oltre quota 3.400, di cui circa il 70% inseriti in strutture multiplex. Il forte sviluppo di tali strutture ha provocato tuttavia una monopolizzazione dell'esercizio cinematografico da parte di pochi operatori: 6 esercenti controllano circa il 70% degli schermi. A differenza della Francia e dell'Italia, l'incremento più alto di schermi si è registrato nei centri urbani a discapito delle zone suburbane, periferiche e rurali.

La **Germania**, al contrario, sta incontrando difficoltà che si riflettono non solo nella produzione nazionale, ma anche nell'assetto dell'esercizio cinematografico: i dati del 2002 riportano circa 164 milioni di biglietti venduti con una flessione del 7,9% rispetto al 2001, mentre le perdite del 2003 rispetto all'anno precedente sono circa del 9% (145 milioni). Sebbene la flessione del 2002 sia in parte giustificata dagli ottimi risultati ottenuti da pellicole nazionali nel 2001 (le quali hanno rappresentato quasi un quinto degli spettatori complessivi[79]), nel 2003 si evidenzia una perdita dovuta alla forte concorrenza dell'*home entertainment*[80]. Il numero di biglietti venduti per abitante è tra i più bassi (1,99 nel 2002) insieme all'Italia, ed è ulteriormente calato nel 2003 a 1,81 biglietti per abitante.

Dopo un ulteriore aumento a oltre 146 milioni di spettatori nel 2001 è in discesa anche il pubblico della **Spagna,** con 140 milioni di biglietti venduti nel 2002. La flessione è del 4% rispetto al 2001 e si rileva una ulteriore contrazione di circa il 4% del 2003 sul 2002 (circa 128 milioni di spettatori)[81]. I buoni risultati del 2001 sono il frutto dello sviluppo e rinnovamento dell'esercizio cinematografico spagnolo, che ha fatto salire a 4.000 il numero di schermi per un numero complessivo di oltre 1,3 milioni di posti a sedere. Tuttavia la contrazione del 2002 è dovuta quasi esclusivamente ai risultati non eclatanti delle pellicole nazionali, le quali hanno perso nel 2002 oltre il 27% di spettatori. In Spagna – come in Francia – rimane piuttosto elevata la frequenza annuale di consumo pro capite con quasi 3,5 biglietti venduti per abitante, mentre la spesa per abitante, inferiore a quella francese, è sotto i 15 euro, indice di un contenimento dei prezzi medi per biglietto.

Fig. 15 Andamento degli spettatori in Europa nel 2002



Fonte: ICAA, FFA, CNC, Cinetel, FDA

[78] Fonte: UK Film Council.

[79] L'incidenza percentuale degli spettatori dei film tedeschi nel 2001 era del 18,4% (quasi 31 milioni di spettatori) ed è scesa all'11,9% (19 milioni) nel 2002.

[80] Fonte: Filmförderungsanstalt (German Federal Film Board), Info intern, international. Aktuelle Informationen aus der Filmwirtschaft, Berlin, FFA, n. 1/2004 (4. Februar 2004).

[81] Fonte: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Istituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales.

Un tratto comune dei più grandi mercati europei presi in considerazione è la sostanziale omogeneità dei trend di consumo mensili. A differenza dell'Italia dove i mesi di giugno, luglio e agosto rappresentano circa il 12% delle affluenze annuali[82], in Spagna, Germania, Francia e Gran Bretagna tali mesi rappresentano mediamente dal 20 al 25%. I mesi di maggior affluenza rimangono comunque dicembre e gennaio, in concomitanza con le festività invernali.
La propensione al consumo cinematografico è estremamente diversificata a seconda dei Paesi: in Gran Bretagna si rilevano nel 2002 circa 2,99 biglietti per abitante a differenza della Francia dove i biglietti venduti per abitante sono stati 3,11. Tuttavia in Gran Bretagna circa il 71% della popolazione si è recata al cinema almeno una volta all'anno nel 2002, mentre in Francia la percentuale scende a circa il 60%. In Spagna si rileva la frequenza annuale pro capite più alta con circa 3,48 biglietti veduti per abitante, anche se solo il 40% della popolazione ha visto almeno un film nel 2002.

Il cinema in Italia

I biglietti venduti in Italia nel 2002[83] sono stati più di 111 milioni, per una spesa complessiva di circa 630 milioni di euro. Rispetto all'anno precedente si rileva un incremento dell'1,4% di spettatori e del 7% di incassi, mentre rispetto al 2000 gli aumenti sono rispettivamente del 10% e del 19%. L'offerta di spettacoli cinematografici fa registrare una crescita decisamente maggiore: i giorni di programmazione sono passati da quasi 800.000 nel 2000 a quasi 980.000 nel 2002, pari a un incremento del 23%. Dall'analisi dei dati emerge come ad un aumento dell'offerta non sia corrisposto un aumento della domanda: il numero di spettatori per giorno di programmazione è diminuito dai 126 del 2000 ai 114 del 2002.
Il fenomeno è diffuso in tutte le regioni[84] ma sono quelle del Nord, dove si concentra oltre la metà dei consumi nazionali, che risentono maggiormente del calo. In Piemonte, che rappresenta mediamente l'8% dei consumi in Italia, il numero di spettatori per giorno di programmazione si è ridotto del 10% rispetto al 2000, mentre in Lombardia, dove si rileva circa il 18% dei consumi, le perdite per lo stesso periodo sono dell'ordine dell'8%.

La Lombardia si conferma la regione con i più alti consumi con una media di circa 19 milioni di biglietti venduti, seguita dal Lazio con una media di 15 milioni. Il Piemonte è la quinta regione con circa 9 milioni di biglietti, preceduta dal Veneto e dall'Emilia Romagna. Se si confronta il dato con la popolazione residente si vede come i maggiori consumi pro capite si trovino nel Lazio, con circa 3,1 biglietti venduti per abitante nel 2002, e in Emilia Romagna con 2,7 biglietti per abitante. Il Piemonte si attesta sui livelli della Lombardia con circa 2 biglietti per abitante. Il risultato del Lazio è fortemente influenzato dai consumi della capitale: Roma assorbe circa l'80% dei consumi dell'intera regione a differenza di altri capoluoghi come Torino, dove si concentrano circa la metà dei biglietti venduti, o Milano con circa un terzo e Bologna con un quarto degli spettatori regionali.

Un elemento che accomuna tutte le città capoluogo di regione è la progressiva diminuzione dell'incidenza percentuale dei consumi: i capoluoghi pesano sempre meno rispetto al resto del territorio regionale. Risulta dunque evidente il fenomeno di spostamento degli spettatori dalle grandi città verso altre strutture localizzate nelle zone più periferiche, fenomeno iniziato con la diffusione dei multiplex.

[82] Fonte: Cinetel.

[83] Fonte: Il quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 2002. SIAE Centro Stampa, 06/2003.

[84] Fanno eccezione l'Umbria, la Basilicata e la Calabria.

Tab. 27 Cinema in Italia (2000-2002)

Regione	2000		2001		2002		Var. % 2001/2000		Var. % 2002/2001	
	Giorni	Biglietti	Giorni	Biglietti	Giorni	Biglietti	Giorni	Biglietti	Giorni	Biglietti
Lombardia	125.896	18.212.066	132.884	19.752.813	144.342	19.206.627	6%	8%	9%	-3%
Lazio	117.640	14.785.702	126.288	14.998.058	140.605	16.587.714	7%	1%	11%	11%
Emilia Romagna	90.418	10.540.713	96.074	11.247.570	98.717	10.897.997	6%	7%	3%	-3%
Veneto	66.401	8.620.834	78.353	9.539.798	85.541	9.536.476	18%	11%	9%	0%
Piemonte	64.392	8.048.968	69.738	9.771.787	80.787	9.090.187	8%	21%	16%	-7%
Toscana	60.703	8.130.991	64.498	8.734.686	68.961	8.381.745	6%	7%	7%	-4%
Campania	44.853	5.938.450	56.231	6.557.381	70.208	7.559.861	25%	10%	25%	15%
Sicilia	45.470	6.092.835	47.641	6.218.844	50.228	6.498.846	5%	2%	5%	5%
Puglia	39.790	4.398.509	43.644	4.963.206	48.523	5.115.629	10%	13%	11%	3%
Liguria	34.673	3.903.227	34.241	3.950.861	43.644	3.991.243	-1%	1%	27%	1%
Marche	27.569	2.873.640	31.014	3.143.832	33.002	3.096.905	12%	9%	6%	-1%
Abruzzo	16.934	2.248.087	20.966	2.405.670	24.106	2.425.260	24%	7%	15%	1%
Friuli Venezia Giulia	15.592	1.781.767	18.690	2.179.785	26.781	2.222.215	20%	22%	43%	2%
Sardegna	10.223	1.490.176	11.355	1.814.716	19.336	2.114.213	11%	22%	70%	17%
Umbria	10.450	1.152.749	14.866	1.644.634	14.565	1.658.318	42%	43%	-2%	1%
Calabria	8.889	949.065	9.594	1.041.257	9.756	1.169.314	8%	10%	2%	12%
Trentino Alto Adige	11.284	1.069.986	11.799	1.232.668	12.465	1.132.800	5%	15%	6%	-8%
Basilicata	3.344	273.891	3.882	315.027	3.990	338.007	16%	15%	3%	7%
Molise	2.880	207.015	3.357	247.889	3.684	253.728	17%	20%	10%	2%
Val d'Aosta	2.497	192.548	2.525	209.012	2.646	215.943	1%	9%	5%	3%
Totale	**799.898**	**100.911.219**	**877.640**	**109.969.494**	**981.887**	**111.493.028**	**10%**	**9%**	**12%**	**1,4%**

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE

Il cinema a Torino

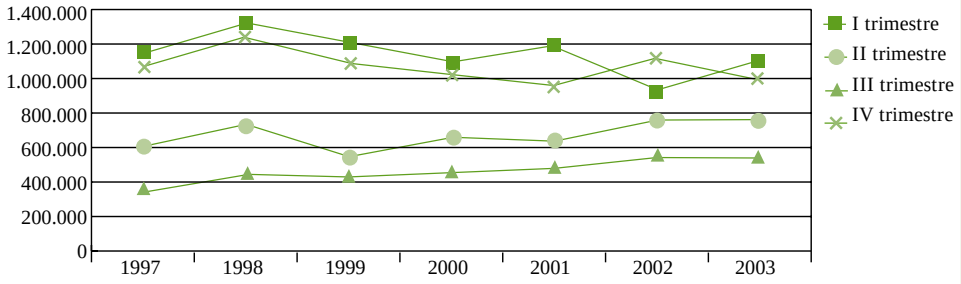
Gli spettatori cinematografici nel 2003 a Torino sono stati quasi 3,4 milioni, per una spesa complessiva di 19 milioni di euro. Rispetto all'anno precedente la domanda è aumentata dell'1,6% mentre gli incassi sono aumentati del 5,1%. Il numero delle sale monitorate dall'Agis-Cinetel è diminuito durante l'anno dalle 79 sale di gennaio alle 72 di dicembre in seguito alla chiusura di alcuni esercizi.

Il modesto incremento del 2003 è da attribuire esclusivamente agli ottimi risultati del primo trimestre, chiusosi con una crescita del 20,3%: nei trimestri successivi si sono infatti registrate perdite anche consistenti, che vanno progressivamente aumentando dal -2,2% del secondo al -9,1% del quarto trimestre. Se dal confronto con l'anno precedente il quadro generale dei consumi risulta di sostanziale stabilità, dal confronto con il 2001 si evidenziano dinamiche opposte: il primo trimestre 2003 totalizza l'8,1% di spettatori in meno rispetto allo stesso periodo del 2001, mentre i consumi aumentano sensibilmente nei trimestri successivi.

Dall'analisi degli andamenti mensili degli ultimi tre anni risulta dunque evidente come l'apertura del primo multiplex del capoluogo, inaugurato nell'aprile del 2002[85], abbia inciso profondamente sulle dinamiche dei consumi.

[85] Il 24 aprile 2002 è stato inaugurato il complesso multiplex Pathè al Lingotto, costituito da 11 schermi cinematografici.

Fig. 16 ANDAMENTO DEGLI SPETTATORI A TORINO NEI TRIMESTRI DAL 1997 AL 2003



Fonte: elaborazione OCP su dati Agis - Cinetel

Nella prima parte del 2003 sono stati registrati gli aumenti maggiori. Le affluenze di **gennaio** nelle sale sono state superiori del 22,1% rispetto a quelle dello stesso mese dell'anno precedente (pari a oltre 81.000 spettatori) grazie al proseguimento della programmazione natalizia del 2002, ma del 5,7% in meno rispetto al 2001 quando una programmazione particolarmente attrattiva aveva portato al cinema quasi 480.000 spettatori. Se a **febbraio** gli incrementi si riducono a circa 40.000 biglietti venduti in più (pari a +14,2%) rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, nel mese di **marzo** si è registrato un incremento del 24,1%, pari a quasi 65.000 spettatori in più rispetto al 2002. In entrambi i mesi il confronto con il 2001 non è affatto positivo, con perdite del 15,1% a febbraio e 3,9% a marzo. Nonostante **aprile** sia stato segnato da un'offerta maggiore di pellicole in programmazione (74 nel 2003 contro 61 nel 2002) e dall'apice del numero di schermi in funzione (81 nel 2003 contro i 71 del 2002), gli spettatori cinematografici sono stati il 4,6% in meno rispetto all'anno precedente, mentre rispetto al 2001 risultano sostanzialmente stazionari. Per quanto a **maggio** l'esercizio cinematografico di Torino subisca un ridimensionamento con la chiusura di 3 sale, il pubblico si mantiene sostanzialmente stabile con un leggero incremento dello 0,3% rispetto all'anno precedente, mentre si registra un significativo +25,3% rispetto al 2001. La crisi si aggrava nei mesi successivi con le perdite di **giugno** (-1,8%), **luglio** (-2,1%) e **agosto** (-7%). Nell'estate 2003 si assiste infatti ad una battuta d'arresto: se nell'estate 2002 gli spettatori sono aumentati del 20% rispetto all'anno precedente, nel periodo giugno-agosto 2003 gli spettatori sono calati del 3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Nonostante il numero di titoli nelle sale nel periodo estivo sia il più alto rispetto al resto dell'anno, il numero di giornate di programmazione diminuisce drasticamente.
La stagionalità dei consumi risulta evidente nel mese di **settembre**, dove si registra una totale stabilità rispetto al 2002 a fronte di un calo delle giornate di programmazione e del numero di titoli proiettati. Alla ripresa della stagione autunnale i consumi sono ancora in calo con le perdite di **ottobre** (-7%) e **novembre** (-2,6%) sia per un numero minore di pellicole proiettate[86], sia per gli ottimi risultati della programmazione dell'anno precedente. Anche la programmazione natalizia non risolleva i consumi di **dicembre**, segnando un -14,6% rispetto all'anno precedente.

Il confronto tra il primo trimestre 2003 e lo stesso periodo del 2001 è di particolare interesse perché consente di valutare gli effettivi cambiamenti della domanda a seguito delle trasformazioni subite dall'esercizio cinematografico senza la variabile relativa all'attrattività della programmazione, in quanto questa presenta caratteristiche simili in entrambe gli anni: stesse tipologie di film, in particolare film seriali. L'elemento che emerge con maggiore rilevanza dai dati sopra riportati è che con la chiusura del primo trimestre si interrompe una serie ininterrotta di 12 mesi di risultati positivi iniziati con il +6,6% dell'aprile 2002. L'apertura del multiplex a 11 schermi in città ha effettivamente portato ad un aumento dei biglietti ven-

[86] Erano 62 le pellicole proiettate nell'ottobre 2003 contro le 73 del 2002, mentre nel novembre 2003 erano 66 contro le 73 del 2002.

duti ma gli andamenti negativi dei mesi successivi al primo trimestre 2003 sembrano dimostrare come il multiplex stesso sia soggetto alle dinamiche del mercato e quindi della programmazione in generale.

Il cinema in Piemonte

Il mercato cinematografico piemontese è cambiato profondamente dal 1999, anno di primo monitoraggio delle sale cinematografiche di prima visione. Da un iniziale campione di sale nei capoluoghi di provincia e in altre 3 città, la rilevazione dei dati per l'anno 2003 si è estesa ad altre 32 città per un totale complessivo di 223 schermi. L'aumento del numero di schermi monitorati è dovuto solo in parte alla realizzazione di nuovi esercizi cinematografici: si tratta per lo più dell'inclusione di sale esistenti nel campione statistico di riferimento. Tale campione rappresenta circa l'83% dei biglietti venduti e circa l'85% degli incassi di tutti gli schermi cinematografici operanti in regione[87].

L'allargamento della rilevazione statistica dei dati ha permesso di valutare con precisione le evoluzioni del mercato cinematografico in regione, evidenziando dinamiche e realtà molto diverse tra loro. Per comprendere tali trasformazioni è necessario effettuare elaborazioni specifiche sia per aree geografiche che per tipologia di strutture cinematografiche. Tali approfondimenti derivano dalla complessità del campione di riferimento: a seconda delle variabili prese in considerazione si ricostruisce un particolare di un quadro che solo per gradi successivi di analisi può restituire lo scenario generale. Le variabili principali sono così sintetizzabili:

- Il capoluogo torinese rappresenta il mercato più rilevante, con quasi il 47% dei biglietti e degli incassi di tutta la regione.
- Gli altri capoluoghi di provincia rappresentano circa il 23% dei biglietti e degli incassi sul totale regionale con l'esclusione di Torino, ma l'incidenza percentuale scende al 12% includendo Torino.
- I 3 complessi multiplex con oltre 8 schermi presenti nel campione monitorato rappresentano circa il 21% sul totale delle affluenze regionali e il 39% con l'esclusione di Torino.

Nel 2003 gli spettatori rilevati nelle 223 sale monitorate sono stati 7.262.010 per un incasso complessivo di 41.844.752 euro.

[87] Secondo i dati SIAE nel 2002 sono stati venduti 9.090.187 biglietti per un incasso complessivo di 50.101.694 euro.

Tab. 28 Spettatori nelle sale cinematografiche in Piemonte (2001-2003)

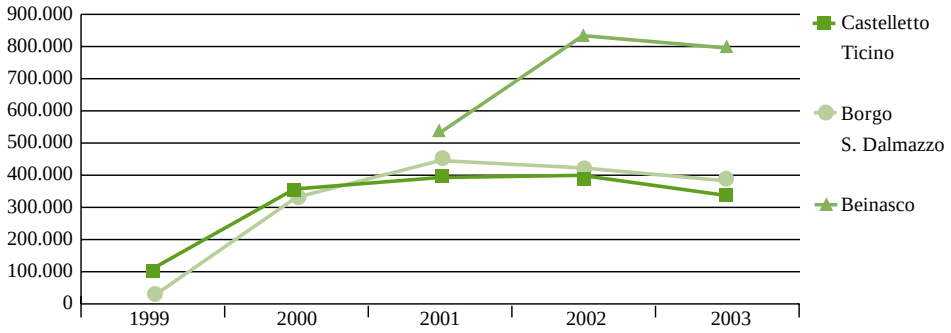
Prov.	Città	Schermi			Spettatori			Var. %		Var. %	
		2001	2002	2003	2001	2002	2003	2002-2001	2003-2002	2002-2001	2003-2002
TO	TORINO	52	79	72	3.268.514	3.345.420	3.397.487	76.906	52.067	2,35%	1,56%
TO	CARMAGNOLA	1	1	1	48.527	35.608	28.137	-12.919	-7.471	-26,62%	-20,98%
TO	CHIERI	2	2	2	56.388	73.483	52.505	17.095	-20.978	30,32%	-28,55%
TO	CHIVASSO	2	2	2	64.594	68.613	51.067	4.019	-17.546	6,22%	-25,57%
TO	COLLEGNO	5	5	5	133.450	99.517	72.348	-33.933	-27.169	-25,43%	-27,30%
TO	IVREA	4	4	4	119.111	115.108	82.951	-4.003	-32.157	-3,36%	-27,94%
TO	MONCALIERI	1	1	1	42.774	27.047	14.913	-15.727	-12.134	-36,77%	-44,86%
TO	PIANEZZA	2	2	2	59.400	57.057	48.264	-2.343	-8.793	-3,94%	-15,41%
TO	PINEROLO	4	4	4	137.097	112.694	94.805	-24.403	-17.889	-17,80%	-15,87%
TO	VENARIA REALE	3	3	0	154.976	140.403	41.314	-14.573	-99.089	-9,40%	-70,57%
AL	ALESSANDRIA	9	9	9	347.960	314.058	261.377	-33.902	-52.681	-9,74%	-16,77%
AL	ACQUI TERME	2	2	2	53.362	44.225	40.441	-9.137	-3.784	-17,12%	-8,56%
AL	CASALE MONFERRATO	2	1	9	91.441	45.876	83.452	-45.565	37.576	-49,83%	81,91%
AT	ASTI	4	4	5	173.824	159.531	140.096	-14.293	-19.435	-8,22%	-12,18%
AT	NIZZA MONFERRATO	5	5	5	49.108	46.969	42.701	-2.139	-4.268	-4,36%	-9,09%
BI	BIELLA	5	6	6	237.561	228.757	197.578	-8.804	-31.179	-3,71%	-13,63%
CN	CUNEO	1	1	1	34.084	37.392	37.454	3.308	62	9,71%	0,17%
CN	BORGO SAN DALMAZZO	10	10	10	441.654	421.920	383.053	-19.734	-38.867	-4,47%	-9,21%
CN	BRA	5	5	5	140.058	117.166	106.614	-22.892	-10.552	-16,34%	-9,01%
CN	DOGLIANI	3	3	3	46.215	41.810	37.518	-4.405	-4.292	-9,53%	-10,27%
NO	NOVARA	4	4	4	152.033	145.483	106.198	-6.550	-39.285	-4,31%	-27,00%
NO	BORGOMANERO	4	4	3	95.391	86.969	69.968	-8.422	-17.001	-8,83%	-19,55%
NO	CASTELLETTO TICINO	7	9	9	389.376	405.365	339.718	15.989	-65.647	4,11%	-16,19%
VB	VERBANIA	4	4	4	97.860	97.407	78.075	-453	-19.332	-0,46%	-19,85%
VC	VERCELLI	4	5	5	118.031	108.336	85.895	-9.695	-22.441	-8,21%	-20,71%
TOT. CONFRONTABILE 2001		**145**	**175**	**173**	**6.552.789**	**6.376.214**	**5.893.929**	**-176.575**	**-482.285**	**-2,69%**	**-7,56%**
BI	PRAY	1	1	1	6.644	14.926	13.394		-1.532		-10,26%
CN	SAVIGLIANO	6	6	6	11.645	135.583	151.088		15.505		11,44%
TO	AVIGLIANA	1	1	1	9.516	25.828	19.928		-5.900		-22,84%
TO	BEINASCO	9	9	9	533.224	836.462	796.091		-40.371		-4,83%
TO	RIVOLI	1	2	1	11.959	23.528	15.153		-8.375		-35,60%
TO	SETTIMO TORINESE	2	2	3	22.687	60.318	67.410		7.092		11,76%
VC	BORGOSESIA	1	1	0	7.379	17.567	5.478		-12.089		-68,82%
TOT. CONFRONTABILE 2002		**166**	**197**	**194**	**7.155.843**	**7.490.426**	**6.962.471**		**-527.955**		**-7,05%**
AT	CANELLI		1	1		670	4.527				
CN	FOSSANO		3	3		8.545	51.399				
CN	MONDOVI		3	3		36.764	44.781				
NO	OLEGGIO		2	2		3.900	15.100				
TO	BORGARO TORINESE		1	1		5.175	17.709				
TO	CIRIE		1	1		5.162	20.258				
TO	CUORGNE		1	1		7.681	27.112				
TO	SAN MAURO TORINESE		1	1		17.996	5.898				
TO	VALPERGA		2	2		11.333	47.418				
CN	ALBA			6			27.727				
NO	BELLINZAGO NOVARESE			8			37.610				
TOT. PIEMONTE			**212**	**223**		**7.587.652**	**7.262.010**				

Fonte: elaborazione OCP su dati Agis-Cinetel

AVVERTENZA: il numero di città monitorate nel campione Agis-Cinetel è in continuo aumento.
Le differenze assolute e percentuali sono state calcolate solo per le città monitorate 12 mesi l'anno.
AVVERTENZA: il numero di schermi riportato corrisponde al numero di schermi in funzione a dicembre.

Nelle 32 città del campione confrontabile[88] con l'anno precedente si rileva una perdita del 7,05% di spettatori e del 4,8% degli incassi, oltre ad una contrazione degli schermi operanti passati da 197 a 194. La sofferenza del mercato cinematografico in regione risulta ancor più evidente nell'analisi dei dati delle 11 città del campione confrontabile[89] nell'ultimo quinquennio: a fronte di un aumento delle sale cinematografiche, passate da 91 del 1999 a 122 del 2003, si registra una perdita di oltre 440.000 spettatori, pari a -8,9%. Se si esclude il capoluogo torinese, il cui peso influenza pesantemente il dato complessivo, il quadro dei consumi appare ancora più chiaro: a fronte di una sostanziale stabilità delle sale, dal 1999 gli spettatori sono diminuiti di un terzo (pari a oltre mezzo milione). Le perdite maggiori sono concentrate a Cuneo (dove la chiusura di 3 sale ha provocato un calo del 78,7%, pari a circa 138.000 spettatori), Alessandria (-26,3% pari a 93.000) e a Novara (-45,9% pari a 90.000). Questi tre capoluoghi, come evidenziato nelle precedenti Relazioni dell'Osservatorio, hanno subito l'influsso dei multiplex[90] i quali, realizzati nelle vicinanze, hanno esercitato un potere di attrazione considerevole rispetto agli esercizi cinematografici tradizionali.
Un ulteriore approfondimento nell'elaborazione dei dati dell'ultimo quinquennio delle 11 città confrontabili evidenzia come l'effetto multiplex in regione non si esaurisca in un semplice "travaso" di pubblico dai capoluoghi ai rispettivi centri dotati di multiplex. Se nel campione confrontabile dal 1999 si includono i dati relativi a Borgo San Dalmazzo, Castelletto Ticino e Beinasco si vede come a partire dal 2000, anno in cui si è diffuso più massicciamente il fenomeno multiplex in regione e nel capoluogo torinese, si sia avuto un effettivo aumento degli spettatori nel campione confrontabile, passati da oltre 5 milioni del 1999 a 6 milioni nel 2003. I multiplex di Borgo San Dalmazzo e di Castelletto Ticino hanno portato al cinema nel 2000 oltre 670.000 spettatori, pari ad un incremento complessivo sul 1999 del 5,4%, mentre nel 2001 con l'apertura del multiplex di Beinasco si è avuto un incremento del 19,8%, sempre sul 1999. È ipotizzabile che questo nuovo modello di esercizio commerciale abbia effettivamente attivato una domanda non ancora soddisfatta e che abbia attinto ad un bacino d'utenza territorialmente allargato. Tuttavia, i dati confrontati sul lungo periodo evidenziano come anche queste strutture, pur mantenendo una posizione dominante sul mercato regionale[91], non riescano a consolidare il numero dei propri spettatori.

Fig. 17 Andamento degli spettatori nei multiplex dal 1999 al 2003



Fonte: elaborazione OCP su dati Agis - Cinetel

[88] Il campione confrontabile con il 2002 non include 9 città la cui rilevazione statistica dei dati di affluenza non comprende tutti i 12 mesi del 2002 e 2 città il cui monitoraggio è iniziato nel 2003.

[89] Il campione confrontabile dal 1999 comprende le sale dei capoluoghi di provincia e le sale di altre 3 città di provincia.

[90] I primi multiplex rilevati in Piemonte sono Borgo San Dalmazzo nei pressi di Cuneo e Castelletto Ticino in provincia di Novara. Nell'alessandrino è in funzione un multiplex a Tortona ma non si dispone dei dati di biglietteria.

[91] I multiplex di Borgo San Dalmazzo (Cn) e Castelletto Ticino (No) totalizzano mediamente ciascuno quanto i 9 schermi della città di Alessandria.

Il 2003 si chiude, per queste 3 strutture di provincia, con una perdita dell'8,7% sul 2002 e del 13%[92] sul 2001. La crisi generale dei consumi che ha investito l'esercizio cinematografico non ha interessato dunque solo le strutture tradizionali. Il processo di rinnovamento del "parco-sale" sul territorio sia nazionale sia regionale ha messo in evidenza come i nodi problematici del comparto commerciale non siano riconducibili al solo rapporto con la domanda, ma come siano fortemente correlati a scelte più complesse che si riflettono non solo sui consumi ma principalmente sull'esercizio stesso.

Le criticità emergono con maggiore evidenza se si rapportano i dati di pubblico, di spesa e i giorni di programmazione rispetto alla tipologia di sala cinematografica. Nella Tabella 29 sono stati suddivisi gli esercizi commerciali secondo il numero di sale presenti in un'unica struttura: strutture a 1 schermo, strutture a 2 schermi, strutture a 3 schermi, multisale da 4 a 6 schermi e multiplex oltre i 6 schermi. L'elemento che emerge con forza è la perdita piuttosto consistente di spettatori per sala e di spettatori per giorni di programmazione negli ultimi tre anni. Inoltre aumenta il prezzo medio del biglietto in tutte le tipologie di strutture passando da un minimo di 5,1 euro delle multisale a 4-6 schermi nel 2001 ai 6,1 euro dei multiplex del 2003. Se il prezzo medio del biglietto è aumentato dal 2001 del 7,8%, gli incassi medi per sala sono diminuiti del 20,9% nel 2003, pari ad un calo degli introiti da sbigliettamento di circa 45.000 euro per sala. Le strutture maggiormente penalizzate sono quelle a 2 schermi, che vedono una perdita di oltre 90.000 euro nel 2003 rispetto al 2001. Al contrario, le multisale da 4 a 6 schermi incrementano la redditività per sala grazie anche ad un aumento del prezzo del biglietto maggiore rispetto alle altre strutture (si passa dai 5,1 euro del 2001 ai 5,7 euro del 2003) e ad un aumento delle giornate di programmazione per sala (da 137 del 2001 a 327 del 2003), in controtendenza rispetto alle altre strutture.

Il confronto tra indicatori evidenzia inoltre come anche i multiplex risentano alla lunga delle difficoltà generali del mercato: dal 2001 al 2003 gli spettatori medi per sala sono calati del 19% mentre gli incassi medi sono diminuiti dell'11,8%. Il numero di spettatori per sala e quello per giorno di programmazione risultano inferiori rispetto ai dati delle multisale di 4-6 schermi.

Le analisi sopra riportate confermano come il rinnovamento dell'esercizio cinematografico non sia più in grado di stimolare una ulteriore domanda di spettacoli; al contrario, un sovradimensionamento del numero di sale sul territorio influenza negativamente l'intero comparto. È significativo inoltre come il problema del sistema distributivo delle pellicole stia emergendo con forza alla luce dei risultati non positivi di affluenza nelle sale: condizioni contrattuali non ottimali e numero insufficiente di copie di pellicole disponibili rischiano di impoverire la programmazione nelle sale. Programmazione che risulta essere, da alcune ricerche effettuate ed ancora in svolgimento[93], il fattore determinante per la frequentazione nelle sale, a differenza dei servizi complementari spesso offerti dai multiplex per la ristorazione e lo svago in generale.

[92] Escluso il complesso di Beinasco, non attivo nel 2001

[93] *Il futuro del pubblico del cinema*, ricerca finanziata dall'Anec e dalla Unidim, realizzata dal Dipartimento di Sociologia dell'Università La Sapienza di Roma, attualmente in corso.

Tab. 29 Cinema in Piemonte (2001-2003)

2001

TIPO STRUTTURA	SALE	PREZZO	SPETTATORI/SALA	INCASSI/SALA	GG/SALA	SPETTATORI/GG	INCASSI/GG
Monosala	68	5,4	35.195	188.452	324	108,5	580,8
A 2 sale	31	5,2	42.092	218.575	368	114,3	593,5
A 3 sale	35	5,3	40.732	216.143	325	125,3	665,1
Da 4 a 6 sale	15	5,1	44.526	228.425	137	326,1	1673,0
Oltre 6 sale	26	5,6	52.471	294.579	377	139,2	781,4
Totale	**175**	**5,3**	**40.891**	**218.520**	**324**	**126,2**	**674,4**

2002

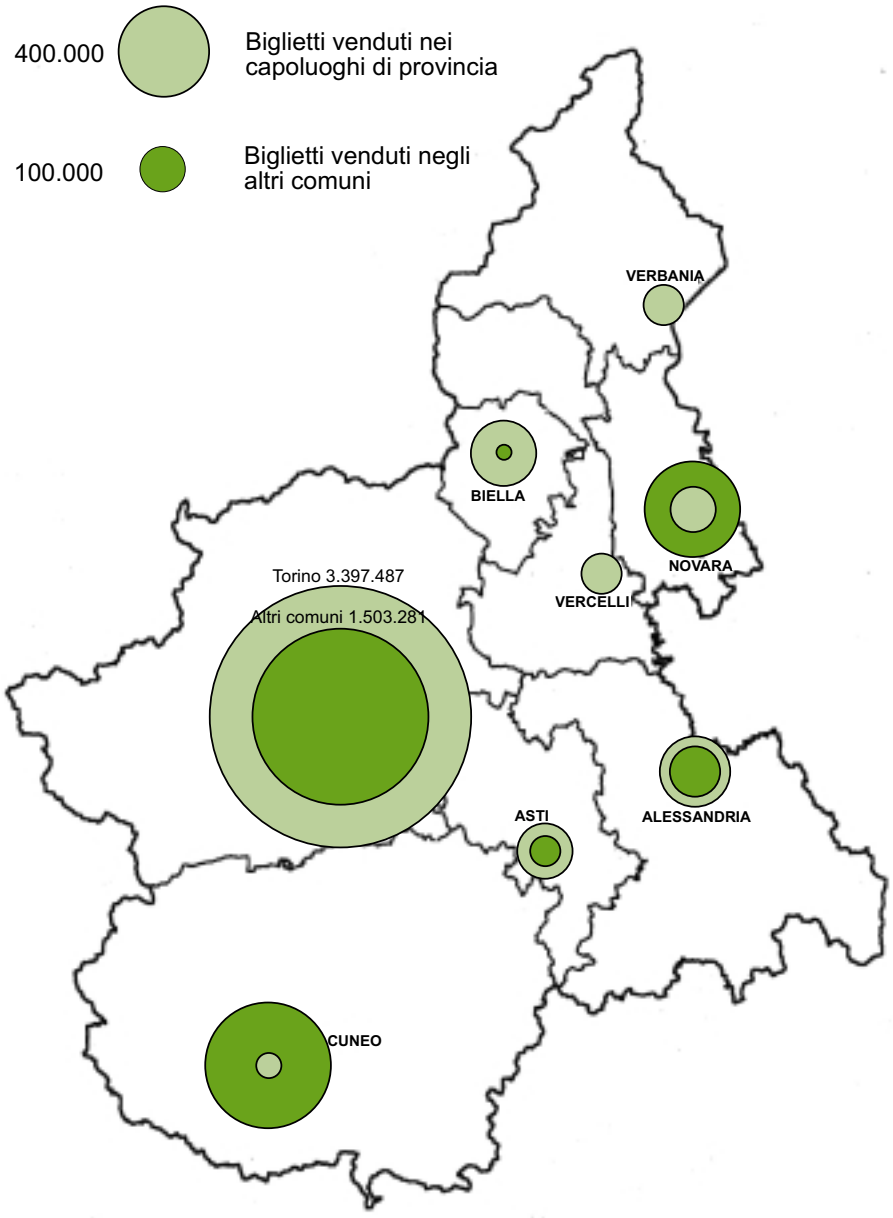
TIPO STRUTTURA	SALE	PREZZO	SPETTATORI/SALA	INCASSI/SALA	GG/SALA	SPETTATORI/GG	INCASSI/GG
Monosala	69	5,6	27.277	152.345	236	115,5	645,3
A 2 sale	39	5,4	27.687	149.582	261	106,0	572,8
A 3 sale	41	5,3	34.603	183.568	305	113,4	601,7
Da 4 a 6 sale	20	5,6	57.150	317.815	345	165,4	920,0
Oltre 6 sale	47	6,0	43.915	264.980	295	148,8	897,8
Totale	**216**	**5,6**	**35.128**	**197.603**	**277**	**127,0**	**714,2**

2003

TIPO STRUTTURA	SALE	PREZZO	SPETTATORI/SALA	INCASSI/SALA	GG/SALA	SPETTATORI/GG	INCASSI/GG
Monosala	70	5,6	20.416	114.640	224	91,1	511,6
A 2 sale	41	5,5	23.314	127.723	273	85,3	467,5
A 3 sale	44	5,4	26.452	142.774	290	91,3	492,9
Da 4 a 6 sale	24	5,7	43.151	247.245	327	131,9	756,0
Oltre 6 sale	63	6,1	42.500	259.799	327	130,0	794,7
Totale	**242**	**5,8**	**30.008**	**172.912**	**281**	**106,7**	**614,7**

Fonte: elaborazione OCP su dati Agis-Cinetel

Fig. 18 Spettatori delle sale cinematografiche monitorate dall'OCP



Fonte: elaborazione OCP su dati AGIS - Cinetel, giugno 2004

1.8 Approfondimento sui bacini di utenza dei diversi generi culturali in Piemonte

Con riferimento al territorio piemontese è stata effettuata una stima dell'entità dei consumatori di attività artistico-culturali in base alla loro frequenza di consumo.
Andare oltre la distinzione tra pubblico/non pubblico, suddividere in più segmenti l'universo dei consumatori culturali (intendendo con questa definizione coloro che negli ultimi 12 mesi hanno partecipato ad uno spettacolo/visitato un museo o bene culturale), consente ai *decision makers*, responsabili delle politiche a sostegno della domanda, di disporre di più raffinati parametri di giudizio e valutazione.
L'Indagine Multiscopo sulle famiglie dell'ISTAT[94] fornisce statistiche sulla frequenza dei consumi annui distinguendo tra coloro che non consumano mai, coloro che consumano tra 1 e 3 volte, tra 4 e 6 volte, tra 7 e 12 volte e più di 12 volte l'anno. Questo livello di disaggregazione dei dati ha consentito di individuare quattro categorie di utenti:

- Non interessati: non hanno mai partecipato negli ultimi 12 mesi ad una particolare forma di intrattenimento culturale
- Occasionali: hanno partecipato da 1 a 3 volte negli ultimi dodici mesi
- Assidui: hanno partecipato da 4 a 12 volte negli ultimi dodici mesi
- Innamorati: hanno partecipato più di 12 volte negli ultimi 12 mesi

Tab. 30 Persone con più di 6 anni residenti in Piemonte per livello di partecipazione alle diverse forme di intrattenimento culturale

	Musei	Cinema	Musica classica	Musica lirica	Musica rock, pop	Musica jazz, blues	Teatro
Non interessati	2.642.000	2.040.000	3.474.000	3.549.000	3.351.000	3.532.000	3.139.000
Occasionali	917.000	954.000	152.000	100.000	269.000	118.000	404.000
Assidui	219.000	628.000	38.000	17.000	42.000	18.000	128.000
Innamorati	33.000	189.000	20.000	17.000	21.000	15.000	12.000

Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT

Se è vero che tra una precisa tipologia di spettacolo e l'appassionato molto spesso si instaura un rapporto, per così dire, di "esclusiva", è altrettanto vero che sembra delinearsi una trasversalità nei consumi culturali, una maggiore apertura a sperimentare esperienze nuove ed eterogenee. Indagini sul pubblico delle attività di spettacolo del territorio piemontese[95] hanno infatti evidenziato come vi sia una quota consistente di forti consumatori culturali, "onnivori", interessati a proposte diversificate, attratti dallo spettacolo dal vivo così come dai beni culturali o dalla lettura. Nello specifico dell'ambito musicale è emerso come esista una parentela stretta tra alcuni gruppi di consumi culturali: da una parte una triade costituita da musica leggera, etnica e jazz e dall'altra la triade costituita da musica sinfonica, lirica e da camera[96]. Alla luce di queste riflessioni non appare insensato ipotizzare una sovrapposizione di persone caratterizzate da fortissimi consumi culturali per diversi generi musicali: una stima "depurata" che tenga conto delle sovrapposizioni tra gli "innamorati" di più generi musicali indica in circa 50.000-55.000 i fortissimi consumatori di musica in Piemonte.

Più vasto è il bacino degli "assidui" e degli "innamorati" dei musei, pari rispettivamente a 219.000 e 33.000. Significativo infine il numero di forti consumatori di cinema: gli "innamorati" sono quasi 190.000, ad indicare che il cinema non è solo il genere di spettacolo con la partecipazione di pubblico socialmente più allargata, ma è anche una forma di intrattenimento che si presta a consumi ripetuti nell'arco dell'anno.

[94] ISTAT, Indagine Multiscopo sulle famiglie *"I Cittadini e il tempo libero". Anno 2000*. Roma: ISTAT, 2003.

[95] Si veda Conforti L., Ercole E., *Il Pubblico di un teatro musicale: identità e comportamenti*, IRES, 1999 e Fondazione Fitzcarraldo, *Indagine sul pubblico dei festival di "Piemonte dal Vivo"*, 2002, Fitzcarraldo, *Metti una sera a Teatro*: risultati conclusivi monitoraggio 95/96 e 97/98, 1999.

[96] Conforti L., Ercole E., op. cit.

La tabella successiva sintetizza per ogni tipo di intrattenimento culturale il rapporto di proporzione tra le diverse categorie di utenza. Analizzando la prima riga (quella relativa al rapporto tra "occasionali" e "innamorati") si nota un indice molto elevato per i musei e per il teatro: rispettivamente ci sono 27,8 "occasionali" per ogni "innamorato" dei musei e 33,7 per il teatro. Un indice alto che testimonia di un pubblico caratterizzato da un bacino consistente di spettatori/visitatori sporadici a fronte di un nucleo numericamente molto più ridotto di consumatori fidelizzati.

Tab. 31 RAPPORTO DI PROPORZIONE TRA LE DIVERSE CATEGORIE DI UTENZA PER OGNI TIPO DI INTRATTENIMENTO CULTURALE

	MUSEI	CINEMA	MUSICA CLASSICA	MUSICA LIRICA	MUSICA ROCK, POP	MUSICA JAZZ, BLUES	TEATRO
Occasionali/innamorati	27,8	5	7,6	5,9	12,8	7,9	33,7
Occasionali/assidui	4,2	1,5	4	5,9	6,4	6,6	3,2
Assidui/innamorati	6,6	3,3	1,9	1	2	1,2	10,7

Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT

Situazione diversa si ritrova invece per la musica jazz o per la musica lirica: gli indicatori evidenziano come esista un divario consistente tra "occasionali" e "assidui" (6,6 e 5,9), a fronte di un rapporto tra "assidui" e "innamorati" che è, in entrambi i casi, molto basso e molto vicino a 1. La struttura degli indicatori farebbe pensare ad un pubblico di nicchia che una volta conquistato alla causa (passaggio dallo status di "occasionale" a quello di "assiduo") facilmente può trasformarsi in forte o fortissimo consumatore. Se si decide di intervenire a sostegno della domanda le conseguenti strategie di fidelizzazione o di ampliamento dei bacini di utenza dovranno tenere conto delle diverse strutture dei mercati. Per la musica (classica, lirica, jazz, folk), ad esempio, gli sforzi maggiori dovrebbero essere finalizzati alla conquista di pubblici nuovi attraverso politiche di invito alla conoscenza e alla scoperta, di formazione e di preparazione, per erodere la grande massa dei "non interessati" e rafforzare il bacino degli "occasionali" da coltivare nel tempo con strategie di coinvolgimento.

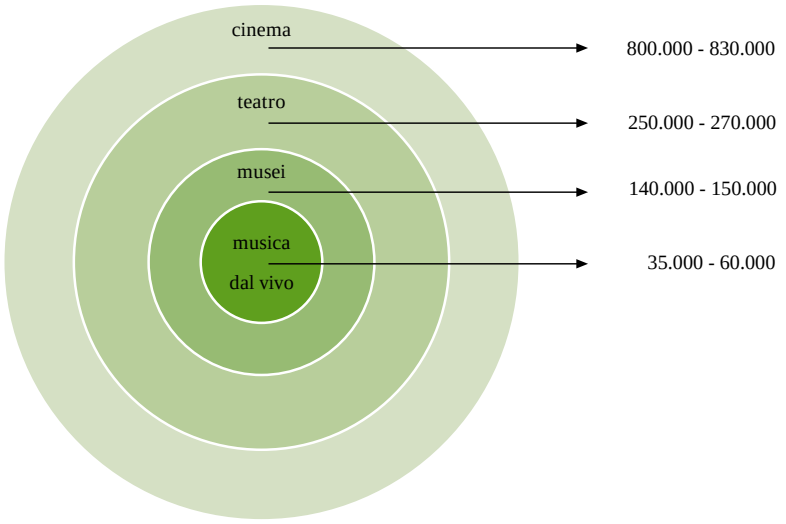
Per i musei, invece, ci si potrebbe muovere con politiche di incentivazione e di valorizzazione rivolte prevalentemente a quel bacino che ha dimostrato di non essere insensibile alle proposte di questo tipo, diminuendo il rapporto tra "occasionali" e "assidui" e tra "assidui" e "innamorati". Il sistema delle tessere di libero accesso al sistema museale metropolitano e regionale si muove infatti in questa direzione perché si rivolge ad un pubblico disposto a visitare i musei ma che con l'acquisto della carta viene incentivato e invogliato ad aumentare i propri consumi. La sfida, semmai, è di trasformare in "assidui" gli "occasionali" che abitano lontano dai grandi centri abitati, in località in cui l'offerta e le opportunità di consumo sono inferiori e l'informazione diventa più intermittente e rarefatta.

A tale proposito può essere interessante confrontare le stime sui forti consumatori di musei nell'area metropolitana con i possessori delle tessere di libero accesso[97]. Le persone sopra i 6 anni residenti nell'area metropolitana sono circa 1.490.000. Se si considerano coloro che sono andati negli ultimi 12 mesi al museo più di 7 volte (livello di consumo per cui è conveniente e attrattivo l'acquisto dell'Abbonamento Musei) si ottiene un bacino di 46.000 persone (di cui 25.000 residenti a Torino). Tenendo conto che nel 2003 sono state vendute complessivamente 30.000 tessere di cui 18.000 nella sola Torino, il dato testimonia della notevole capacità di penetrazione del prodotto sul proprio mercato di riferimento. Il dato lascerebbe supporre che esistano ancora margini di crescita anche se non enormi, ma soprattutto che si potrebbero trovare nuove forme di incentivazione per quella fascia di utenti occasionali che nell'area metropolitana raggiunge quasi le 200.000 persone, al momento non interessata al

[97] Si ricordi che quasi il 90% dei possessori delle tessere di libero accesso proviene da Torino e dai comuni limitrofi dell'area metropolitana.

possesso delle tessere (il costo della tessera si “ammortizza” con almeno 5 visite annue), ma su cui si potrebbero indirizzare formule di fidelizzazione ad hoc.

Fig. 19 Bacini di utenza degli assidui e degli assidui innamorati in Piemonte per tipologia di offerta



Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT

GLI ASPETTI ECONOMICI E OCCUPAZIONALI

2.1 Risorse per la cultura: uno sguardo d'insieme

Il bilancio della cultura in Piemonte, relativo ai settori osservati dall'OCP, nel 2002 è stimabile in circa 1,4 miliardi di euro, in lieve flessione (-3,2%) rispetto al 2001.

L'importo include circa 270 milioni di euro di spesa pubblica (è compresa la spesa dello Stato, della Regione Piemonte, delle Province e dei Comuni); 66,1 milioni di euro provenienti dalle erogazioni delle fondazioni bancarie piemontesi; 1,5 milioni di euro derivati dalle risorse messe a disposizione dalle 4 Consulte per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Storici e dagli stanziamenti liberali predisposti dalle imprese; 82 milioni di euro per il consumo di spettacolo dal vivo, cinema e ingressi a mostre e musei; 795,1 milioni di euro di fatturato dell'industria editoriale e 189,4 milioni di euro dell'industria dell'audiovisivo e del multimedia.

Anche per il 2002, come per il 2001, si evidenzia un aumento sia delle risorse pubbliche sia di quelle messe a disposizione dalle fondazioni bancarie, mentre si rileva una lieve contrazione (-2,3%) della spesa da parte dei cittadini. Tale decremento è dovuto principalmente alla riduzione dei consumi per attività di spettacolo dal vivo e solo in minor misura per mostre e musei che, come illustrato nel primo capitolo, vedono una crescita degli ingressi gratuiti rispetto alle altre tipologie di ingresso (intero e ridotto). Viceversa, si dimostra in espansione la spesa per il cinema.

Relativamente all'industria culturale, il 2002 rappresenta il primo anno a partire dal 1998 - anno di inizio dell'attività di osservazione dell'OCP - in cui si registra un calo del fatturato dell'industria dell'audiovisivo. In diminuzione anche il fatturato dell'industria dell'editoria.

L'ammontare complessivo delle risorse pubbliche destinate al settore culturale in Piemonte viene stimato per il 2002 in circa 270 milioni di euro. Tali risorse comprendono la spesa dello Stato, della Regione, delle Province e dei Comuni. In base alle rilevazioni condotte dall'Osservatorio nel corso di ormai sei anni, è possibile delineare un trend positivo della spesa pubblica per la cultura.

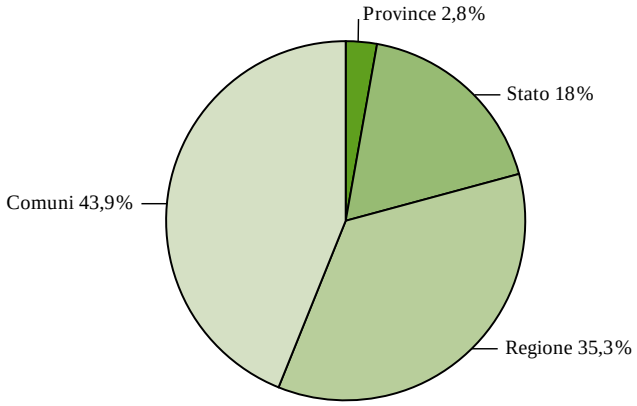
Tab. 32 Andamento della spesa pubblica in cultura in Piemonte (1997-2002)

Anni	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Ml di Euro	201	222	237	246	263	270
Var. %	-	10,4	6,7	3,7	6,9	2,6

Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT

La ripartizione dei fondi individua nei Comuni e nella Regione (rispettivamente 44% e 35%) i principali enti finanziatori, mentre lo Stato contribuisce con il 18% delle risorse complessive ed il restante 3% deriva dalla spesa delle otto Province piemontesi.

Fig. 20 La spesa pubblica in cultura in Piemonte (2002)



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

Occorre puntualizzare che la stima prodotta, rappresenta un'approssimazione per difetto delle risorse reali, in quanto non comprende gli interventi sul patrimonio culturale, la cui gestione è affidata ad assessorati diversi da quelli alla cultura, e la quota di interventi che, pur riguardando le attività ed i beni culturali, viene cofinanziata da altri assessorati.
Le risorse dello Stato includono i finanziamenti erogati in base al Fondo Unico dello Spettacolo[1], quelli derivanti da una quota dei proventi del Gioco del Lotto[2] destinata al recupero del patrimonio artistico e architettonico italiano, le risorse destinate a Soprintendenze, Biblioteche e Archivi. Non contemplano invece 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 e gli Enti Locali – per il recupero e la valorizzazione dell'insieme delle Residenze Sabaude e delle fortificazioni e, inoltre, il potenziamento del Sistema Museale Metropolitano – che comporta un notevole impegno finanziario su più anni e pari a oltre 300 milioni di euro[3].

La spesa della Regione è costituita da due grandi capitoli che si riferiscono alle due Direzioni dell'Assessorato regionale alla Cultura e sono, rispettivamente, la Direzione Beni Culturali e la Direzione Promozione Attività Culturali, Istruzione e Spettacolo.
Le risorse dei comuni e delle province sono calcolate in base ai dati contenuti nei bilanci consuntivi 2002. Per quanto riguarda la spesa dei comuni, sono stati considerati i 44 comuni piemontesi al di sopra dei 15.000 abitanti.
Alle risorse pubbliche per la cultura vanno poi sommate quelle di soggetti istituzionali non pubblici come le fondazioni di origine bancaria e le Consulte per la Valorizzazione del Patrimonio Artistico e Culturale, che nel 2002 raggiungono complessivamente i 67 milioni di euro.
Passando dalle istituzioni alle imprese, l'importo delle donazioni, definite anche erogazioni liberali, destinate alla cultura in Piemonte attraverso la legge n. 342 del 2000, ammonta a circa 422.000 euro. Tale somma non rappresenta che una parte delle risorse messe a disposizione da questi soggetti: un quadro completo dei finanziamenti da parte delle imprese dovrebbe infatti comprendere anche la spesa per sponsorizzazioni nel settore culturale. Si tenga inoltre presente che il conteggio non comprende le donazioni da parte dei privati, che non sono normate dalle legge menzionata poco sopra.
Esulano poi dagli importi qui presentati le risorse di organizzazioni culturali e fondazioni, alcune delle quali anche legate a realtà imprenditoriali del territorio.

[1] Fonte: Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Dipartimento per lo Spettacolo, Relazione sulla utilizzazione del Fondo Unico dello Spettacolo 2002.

[2] I dati relativi ai fondi del Lotto sono presenti nel sito internet del Ministero: www.beniculturali.it.

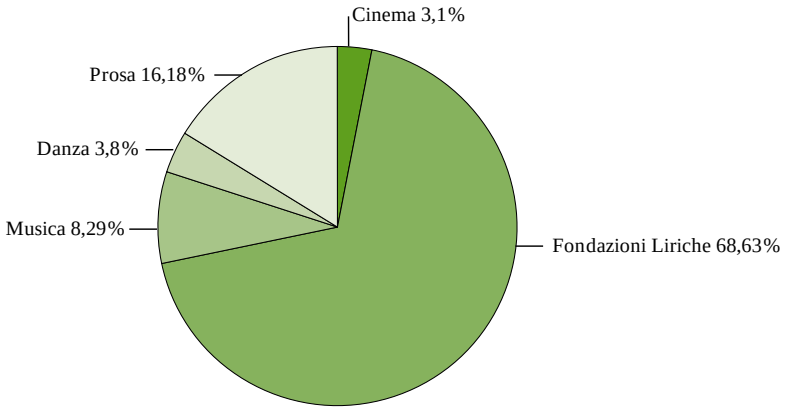
[3] Fra i progetti aventi carattere straordinario, a integrazione di quanto previsto per la Reggia di Venaria, va menzionato l'Accordo di Programma Quadro in materia di beni Culturali tra Stato e Regione Piemonte che, siglato il 18 maggio 2001, prevede per il prossimo quinquennio lo stanziamento di un totale complessivo di oltre 300 milioni di euro finalizzati ad interventi di valorizzazione sui beni storico-artistici, come pure alla promozione delle attività e dei servizi culturali sul territorio regionale.

2.2 Risorse pubbliche per la cultura

La spesa dello Stato

Attraverso il Fondo Unico dello Spettacolo, lo Stato ha destinato al Piemonte per il 2002 quasi 26 milioni di euro, pari al 6% delle risorse stanziate per l'Italia (che ammontano complessivamente a 513 milioni di euro).
I finanziamenti del FUS sono ripartiti tra i principali settori d'intervento, cioè 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.

Fig. 21 Ripartizione per settore dei finanziamenti del Fondo unico per lo Spettacolo in Piemonte (2002)



Fonte: elaborazione IRES su dati FUS

Dalla ripartizione dei finanziamenti tra i settori emerge chiaramente, confermando anche i dati degli anni precedenti, come il settore musicale (essenzialmente la lirica) assorba la maggior parte delle risorse destinante al Piemonte (17,8 milioni di euro pari al 69% del totale). Tali fondi riguardano la Fondazione Teatro Regio di Torino, mentre alle altre attività musicali spetta circa l'11% delle risorse destinate alla musica.
Oltre al settore musicale, il FUS finanzia la prosa (4 milioni di euro), la danza ed il cinema (rispettivamente con 976 e 790 mila euro).

Per quanto riguarda i fondi derivanti dal Lotto, la programmazione relativa al triennio 2001-2003 prevede la destinazione al Piemonte di 14,4 milioni di euro. Tali fondi vanno a finanziare, tra gli altri, interventi agli Archivi di Stato di Asti, Torino, Novara, Vercelli e Vercelli sezione di Varallo, nonché interventi su alcune Residenze Sabaude come la Villa della Regina, la Venaria Reale, il Castello di Stupinigi e, ancora, la Biblioteca Reale e quella Nazionale Universitaria di Torino.

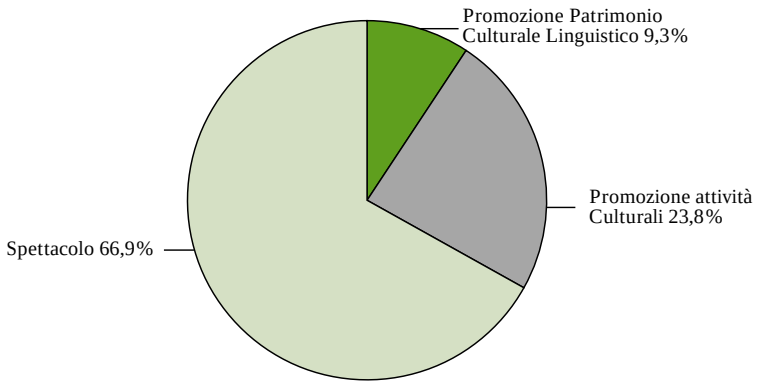
Per quanto riguarda gli enti periferici dello Stato, i finanziamenti 2002 consistono in 8,2 milioni di euro, secondo quanto contenuto nel programma triennale degli interventi predisposto dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali. Tale cifra è in linea sia con quella dell'anno precedente sia con le previsioni di spesa per gli anni successivi. Al Settore dei Beni

Archivistici vanno 1,6 milioni di euro, mentre a quello per i Beni Librari, le Istituzioni Culturali e l'Editoria poco più di 467 mila euro; di maggiore entità i finanziamenti per le Soprintendenze ai Beni archeologici, architettonici, artistici e storici, che ammontano a 6,1 milioni di euro.

La spesa della Regione

Il calcolo delle risorse per la cultura della Regione è ottenuto considerando i due grandi capitoli che si riferiscono alle due Direzioni dell'Assessorato regionale alla Cultura: ammontano a 95,5 milioni di euro, facendo registrare un aumento del 9,7% rispetto al valore dell'anno precedente.
Occorre ricordare che nel calcolo delle risorse per la cultura della Direzione Promozione Attività Culturali, Istruzione e Spettacolo non viene tenuto conto della quota di spesa relativa all'Istruzione e all'Edilizia scolastica; scorporando quindi questa cifra, la spesa degli altri settori ammonta per il 2002 a 27,9 milioni di euro e rappresenta una lieve flessione (-1,7%) rispetto all'anno precedente.
Tenuto conto di queste distinzioni, la distribuzione percentuale tra i diversi settori d'intervento di tale Direzione mostra come il settore dello spettacolo sia il beneficiario della maggior parte delle risorse (67%), mentre alla promozione delle attività culturali e alla promozione del patrimonio linguistico vengono destinati rispettivamente il 24% ed il 9%.

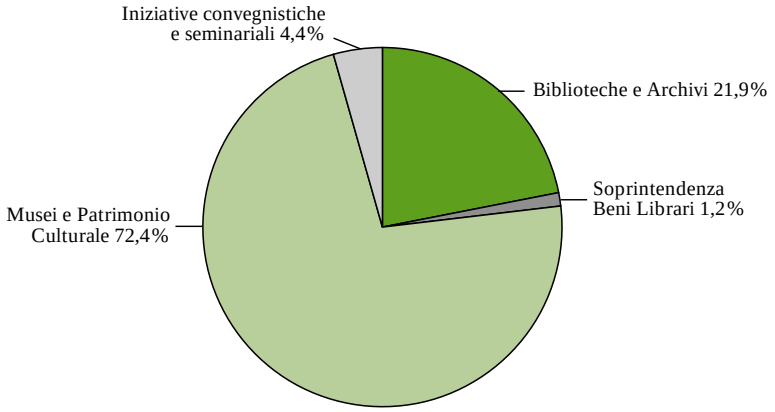
Fig. 22 Suddivisione per tipologia d'intervento della direzione promozione attività culturali, istruzione e spettacolo della Regione Piemonte (2002)



A sua volta, la spesa della Direzione Beni Culturali ammonta nel 2002 a 67,6 milioni di euro, con un consistente aumento rispetto al 2001 (pari al 17,5%[4]). La maggior parte delle risorse, il 73%, viene destinata alla gestione e valorizzazione dei musei e del patrimonio culturale della regione, mentre il 22% rientra nella spesa per le biblioteche e gli archivi.
Alla Soprintendenza ai Beni Librari spetta una quota esigua (1%) e poco di più viene invece destinato alle iniziative convegnistiche e seminariali.

[4] La Direzione Beni Culturali comprende i settori Biblioteche, Archivi ed Istituti Culturali, Soprintendenza Beni Librari, Musei e Patrimonio Culturale, Università e Istituti Scientifici, ma in questa sede non si prende in considerazione la spesa per Università e Istituti Scientifici.

Fig. 23 Suddivisione per tipologia d'intervento della Direzione Beni Culturali della Regione Piemonte (2002)



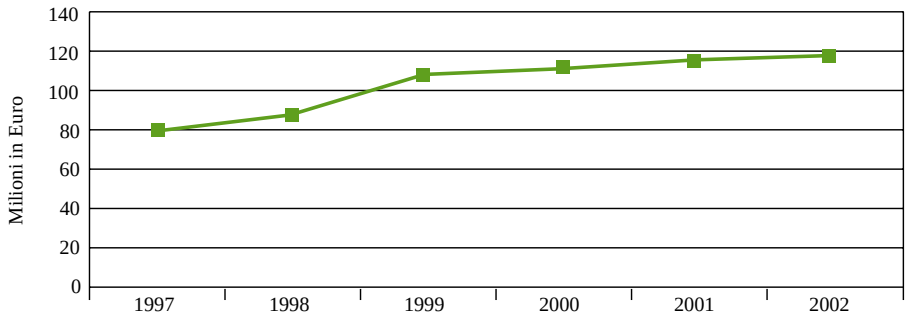
Fonte: elaborazione IRES su dati Regione Piemonte

La spesa delle Province e dei Comuni[5]

La cifra complessiva per il 2002 delle risorse destinate al settore culturale da parte delle otto province piemontesi è pari a circa 8 milioni di euro e non si discosta dal valore riscontrato l'anno precedente[6].

L'importo della spesa dei comuni piemontesi per il 2002 è stato calcolato in 118,8 milioni di euro. I comuni considerati sono quei 44 che hanno una popolazione superiore ai 15.000 abitanti. La somma calcolata si pone in linea con i valori di spesa degli ultimi anni; tuttavia, come evidenziato nel grafico seguente, è possibile notare un trend di crescita delle risorse destinate alla cultura tra il 1997 ed il 2002.

Fig. 24 Andamento della spesa per cultura dei comuni piemontesi (1997-2002)



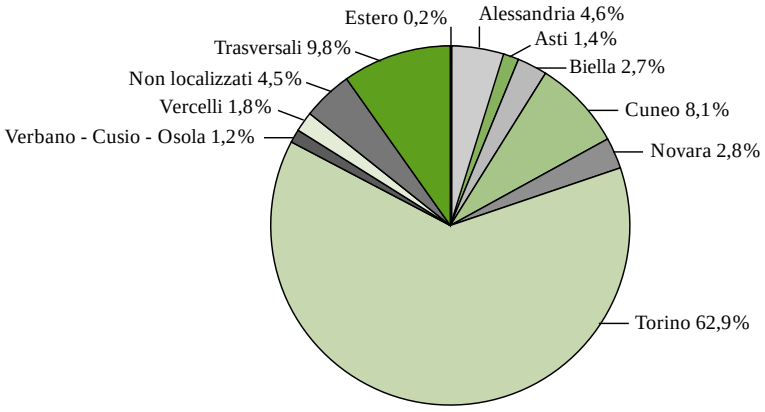
Fonte: elaborazione IRES su dati dei bilanci consuntivi dei Comuni

[5] La spesa relativa alle province e ai comuni è stata calcolata in base ai dati contenuti nei bilanci consuntivi 2002. Sono state considerate le voci di spesa relative alle attività culturali e quelle per biblioteche, musei e pinacoteche, calcolando sia le spese correnti sia quelle in conto capitale.

[6] Il dato di spesa relativo alle province è tratto dal bilancio consuntivo 2002. Mancano le province di Verbania e Vercelli, per cui il valore di spesa è stato stimato sulla base dei certificati di bilancio degli anni precedenti.

Dei quasi 119 milioni di euro complessivi, circa 70 sono destinati alle attività culturali e 48 a musei, biblioteche e pinacoteche. L'incidenza delle spese in conto capitale per i beni culturali è pari al 24,8% (il 26% nel 2001 contro il 21% del 2000), mentre per quanto riguarda le attività culturali si registra un lieve aumento dell'incidenza delle spese in conto capitale pari al 37% (+1% rispetto al 2001).
Anche il dato sulla spesa media complessiva per abitante (55 euro) segue il trend degli anni passati, con il valore più alto riscontrato nel Comune di Novi Ligure (152 euro) e Pinerolo (102 euro), mentre i valori più bassi si attestano intorno ai 10/20 euro.
Relativamente alla localizzazione territoriale delle risorse per la cultura nel 2002, come si può notare nel grafico seguente, vi è una forte concentrazione nella provincia di Torino, dove convergono circa 165 milioni di euro che rappresentano quasi il 63% delle risorse complessive. Occorre in ogni caso tener presente che tale ripartizione risulta essere fisiologicamente sovrastimata per quanto riguarda l'area torinese. In realtà i fondi destinati a operatori culturali, istituzioni, associazioni localizzati in Torino vengono, almeno in parte, impiegati per realizzare attività al di fuori del capoluogo. È il caso, ad esempio, di alcuni circuiti teatrali e musicali, delle attività decentrate delle grandi istituzioni di spettacolo, ma anche di singoli soggetti e operatori culturali.
Nel grafico, la voce "trasversali" comprende quelle iniziative finanziate dalla Direzione Beni Culturali e dirette al patrimonio culturale diffuso su più province.

Fig. 25 Ripartizione della spesa pubblica in cultura nelle province (2002)



Fonte: elaborazione IRES su dati Regione Piemonte, MBAC, bilanci consuntivi dei Comuni e delle Province

La spesa pubblica per la cultura nelle regioni italiane

Attraverso l'attività dell'Osservatorio è stato possibile, nel corso degli ultimi sei anni, stimare l'ammontare complessivo delle risorse pubbliche destinate alla cultura in Piemonte nelle sue diverse componenti, cioè la spesa dello Stato, della Regione, delle Province e dei Comuni, come spiegato nel capitolo precedente.
Se questa procedura consente di stimare l'impegno regionale più direttamente riconducibile al settore culturale, impedisce tuttavia di elaborare dei confronti attendibili con la spesa delle altre regioni italiane per l'impossibilità di scorporare dai dati in possesso le medesime voci considerate per la Regione Piemonte.

Laddove i dati lo consentono, si possono tuttavia effettuare dei confronti che, pur se meramente indicativi, danno un'idea delle dimensioni di spesa e dell'impegno profuso dalle amministrazioni regionali nel settore culturale.

Tra le regioni del Nord Italia, ad esempio, nel corso del 2002 la Lombardia ha sostenuto una spesa pari a 58,2 milioni di euro tra spese correnti e spese d'investimento, mentre il valore riferito al Veneto per attività nel settore artistico culturale è pari a 24,8 milioni di euro.
Nella Provincia Autonoma di Bolzano la voce cultura si divide fra le due identità culturali locali, quella di lingua tedesca e quella di lingua italiana, finanziate rispettivamente con 48,2 e 12,8 milioni di euro, per un totale di spesa nel 2002 pari a 61 milioni di euro. Nella Provincia Autonoma di Trento, invece, non è presente la distinzione tra le due identità linguistiche e un'unica voce denominata "funzione cultura" vede un notevole impegno finanziario, pari a 79,4 milioni di euro, tra i più alti in assoluto e secondo solo a quello della Regione Piemonte.
Il Friuli Venezia Giulia, assegnando i finanziamenti alle attività culturali tramite stanziamenti di bilancio ordinario, ai beni culturali con il sostegno dell'attività museale, alla conservazione ed al restauro di beni artistici, storici e di beni mobili e immobili regionali, si colloca su valori di spesa più bassi di quelli precedentemente visti e, più precisamente, di 15,6 milioni di euro.
La Toscana, unica tra le regioni del Centro Italia di cui si dispone dei dati di bilancio, ha finanziato nel 2002 in termini aggregati il settore cultura per un importo pari a 53,2 milioni di euro.
I dati disponibili e riferiti alle Regioni del Centro Sud e del Mezzogiorno si attestano su valori decisamente inferiori, nell'ordine del milione, milione e mezzo di euro per regioni come l'Umbria e la Basilicata, o superiori ai 10 per il Lazio e la Campania. Per le altre regioni mancano del tutto i dati.
Anche con tutte le cautele del caso, questi dati testimoniano il notevole impegno finanziario messo in atto dalla Regione Piemonte nel corso degli ultimi anni, come evidenziato dal trend di crescita leggibile nella tabella seguente.

Tab. 33 Andamento della spesa dell'Ass. Regionale alla cultura (1999-2002)

Anni	1999	2000	2001	2002
Ml di Euro	69,3	72	87	95,5
Var. %	-	3.89%	21%	10%

Fonte: elaborazione IRES su dati Regione Piemonte

Un altro possibile confronto per quanto riguarda le politiche culturali e le risorse ad esse destinate nelle varie regioni italiane è costituito dalle Intese Istituzionali di Programma e i conseguenti Accordi di Programma Quadro fra le singole regioni e lo Stato. Tali strumenti di programmazione negoziata, introdotti dal legislatore nazionale nel corso degli ultimi anni, mirano ad una regolamentazione concordata tra soggetti pubblici (o tra il competente soggetto pubblico e le parti pubbliche o private coinvolte) per l'attuazione di interventi che implicano decisioni istituzionali e risorse finanziarie poste a carico di più amministrazioni (L. 662/96).
A grandi linee, per mezzo delle Intese, il Governo Nazionale e la Giunta Regionale – attraverso un'analisi dei punti di forza e di debolezza del modello di sviluppo regionale ed una ricognizione dei progetti, dei programmi e dell'insieme delle risorse finanziarie disponibili – operano al fine di concordare una serie di ambiti di intervento d'interesse comune per i quali si rende opportuna un'azione unitaria di una pluralità di attori. Tale attività termina con la stipula dell'Intesa Istituzionale di Programma in cui vengono stabiliti i singoli ambiti d'intervento attraverso gli Accordi di Programma Quadro (APQ).

L'Accordo rappresenta, quindi, la sede in cui far convergere verso un omogeneo settore d'intervento differenti fonti di finanziamento quali: le risorse ordinarie (ovvero le previsioni di spesa in conto capitale dei bilanci statali, regionali e di altri enti pubblici) le risorse comunitarie (cioè i fondi strutturali europei e il loro cofinanziamento nazionale) le risorse nazionali per le "aree sotto utilizzate" (le risorse nazionali aggiuntive, stanziate ogni anno dalla legge finanziaria e successivamente con delibere CIPE) e, da ultimo, le risorse private, anche sotto forma di cooperazione pubblico-privato.
Gli APQ riguardano diversi assi prioritari e settori d'intervento, quali le risorse naturali (risorse idriche, difesa del suolo, rifiuti ed inquinamento, energia), reti e nodi di servizi (viabilità e trasporti ferroviari, sanità) risorse culturali (beni culturali e turismo culturale).
Nella tabella seguente è possibile vedere gli importi dei 13 APQ stipulati fra il 1999 ed il 2003.

Tab. 34 Accordi di programma Quadro in ambito culturale nelle regioni (milioni di euro)

Regione	Importo
Campania	389,2
Piemonte	*312,7*
Lombardia	172,1
Calabria	146,0
Puglie	143,2
Toscana	110,6
Umbria	92,1
Lazio	71,3
Basilicata	64,7
Emilia-Romagna	58,5
Abruzzo	42,0
Molise	34,3
Veneto	8,0
Totale APQ Beni culturali	**1.644,80 €**
Totale APQ Italia	42.185,49 €
% dei Beni culturali sul tot. degli APQ	**3,9%**

Fonte: elaborazione IRES su dati Ministero LLPP

Come si può notare, attraverso gli Accordi di Programma vengono mobilitate ingenti risorse destinate al recupero e alla valorizzazione del patrimonio culturale delle regioni e, in particolare, di complessi monumentali, musei, archivi e biblioteche, attraverso interventi attuati anche in collaborazione con associazioni, istituti e fondazioni che abbiano attività e finalità culturali. Tra le regioni che hanno stipulato tali accordi con lo Stato, il Piemonte, subito dopo la Campania, è stato in grado di attrarre i finanziamenti più consistenti.

Un confronto con l'estero

Come si è potuto vedere nel paragrafo dedicato al confronto con le altre regioni italiane, non è purtroppo sempre facile paragonare le spese effettuate dalle pubbliche amministrazioni nel settore culturale, essenzialmente per una insufficiente cognizione dei dati stessi e per una loro difficile interpretazione tecnico-metodologica.

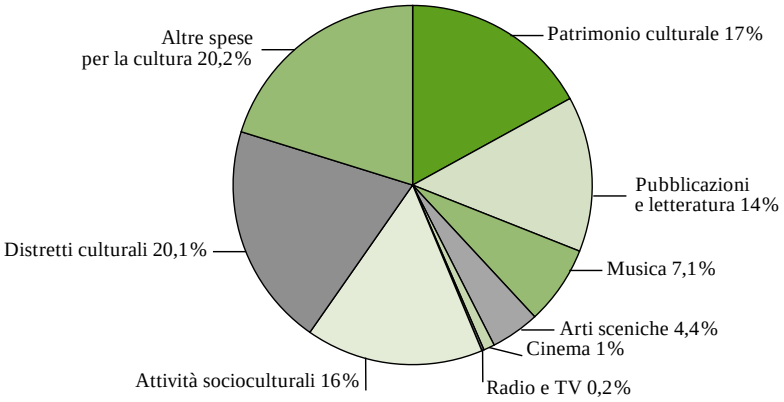
A maggior ragione questo avviene se, anziché confrontarsi con il panorama nazionale, si cerca di dare uno sguardo su ciò che avviene sul piano internazionale, dove la scarsa omogeneità degli aggregati da confrontare e le inevitabili differenze di definizioni e classificazioni adottate in ciascun Paese rendono ancora più difficile il lavoro di confronto. Anche in que-

sto caso, allora, si punta ad una comparazione delle tendenze in corso più che ad un confronto puntuale dei valori individuati.

Portogallo

L'Istituto Nazionale di Statistica portoghese produce un annuario statistico monografico dedicato alle spese nel settore culturale, con voci e ripartizioni di spesa sicuramente tra le più vicine a quelle della realtà italiana, aggiornato al 2002 ed esposto nella Relazione al Parlamento del Fondo Unico per lo Spettacolo. Scorporando dal totale della spesa per la cultura la voce relativa ai finanziamenti per il gioco e lo sport, di cui non si tiene conto nel calcolo delle risorse fatto per l'Italia e il Piemonte, si ricava che l'ammontare complessivo delle risorse pubbliche è pari a 405,48 milioni di euro, ed è in costante aumento dal 1995. Tali risorse sono distribuite nei diversi settori d'intervento di cui i "distretti culturali" (21%) che comprendono le spese per i cinema e i teatri, il patrimonio culturale (17%) e le pubblicazioni (14%) rappresentano le voci più consistenti. Tra le spese per il patrimonio culturale si trovano quelle per i monumenti, i centri storici e i siti protetti, finanziati con 21 milioni di euro circa; gli archivi e i musei rispettivamente con 8,2 e 28,56 milioni di euro. Le spese di gestione amministrativa sono inserite nel calcolo delle risorse (a differenza, ad esempio, di quanto avviene in Italia con il FUS, in cui tali spese non sono considerate) e rappresentano un consistente 20% dell'ammontare complessivo delle risorse per la cultura.

Fig. 26 Spesa per la cultura in Portogallo (2002)

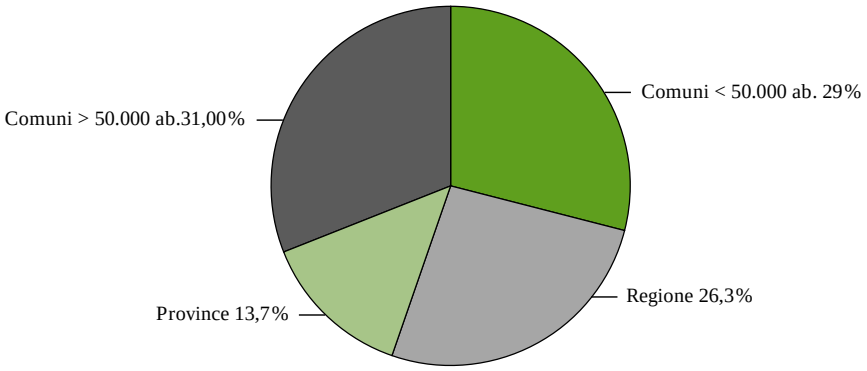


Fonte: Estatisticas da Cultura, Desporto e Recreio, Istituto Nazionale de Estat sica Portugal, 2002

Catalogna

Anche il Dipartimento della Cultura della Generalitat de Catalunya (l'Amministrazione regionale) predispone statistiche culturali, che sono tuttavia aggiornate solamente al 2000.
La spesa totale in cultura della regione catalana nel 2000 è pari a 498,7 milioni di euro; come evidenziato nel grafico (fig. 27) la spesa in cultura sembra essere ripartita in modo abbastanza uniforme fra l'amministrazione centrale, i comuni e le province. Le principali voci di spesa sono, nell'ordine, quelle per i musei (27,9 milioni di euro), il teatro e la danza (27,2 milioni di euro), la musica (16,6 milioni di euro), le biblioteche (16,2 milioni di euro), mentre piuttosto bassi (se paragonati, ad esempio, alle risorse per i beni culturali in Piemonte) sembrano essere i finanziamenti destinati al patrimonio architettonico e archeologico (5,3 milioni di euro).

Fig. 27 Ripartizione della spesa culturale dela Catalogna (2000)

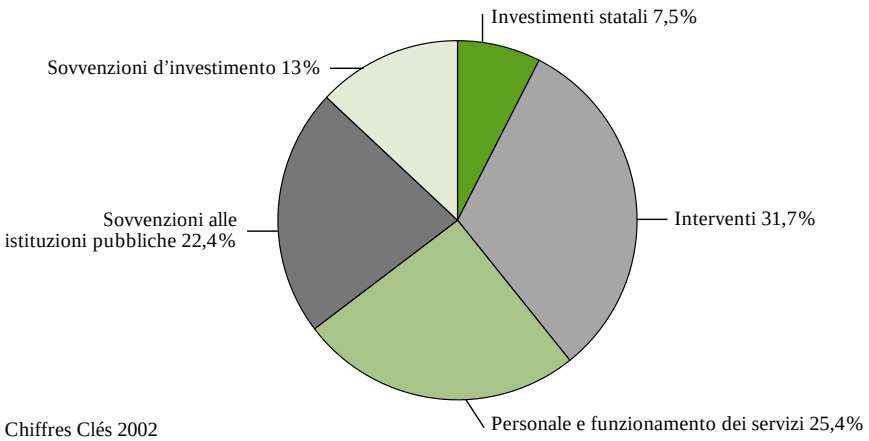


Fonte: Estadistiques Culturals de Catalunya 2002, Generalitat de Catalunya, Department de Cultura

Francia

Anche in questo caso i dati disponibili sono aggiornati al 2002 unicamente per quanto riguarda il budget nazionale del Ministero della Cultura, mentre per la spesa dei comuni e delle regioni le statistiche risalgono ad un'inchiesta condotta nel 1996. La serie storica, dal 1960 al 2002, mostra un costante incremento delle risorse nazionali per la cultura che, nell'ultimo anno considerato, ammontano a 2.610 milioni di euro. Nel 2001 i finanziamenti erano cosi distribuiti:

Fig. 28 Ripartizione dei crediti per tipo di spesa in Francia (2001)



Fonte: Chiffres Clés 2002

Tab. 35 Spese culturali degli Enti Locali in Francia in milioni di euro (1996)

	Comuni > 10.000 ab	Dipartimenti	Regioni
Spese totali	3.589,2	784	248,2
Spese correnti	2.492,3	548,4	157,8
Spese d'investimento	646,8	235,6	84,8
Spesa per abitante	134,8	13,9	4,3

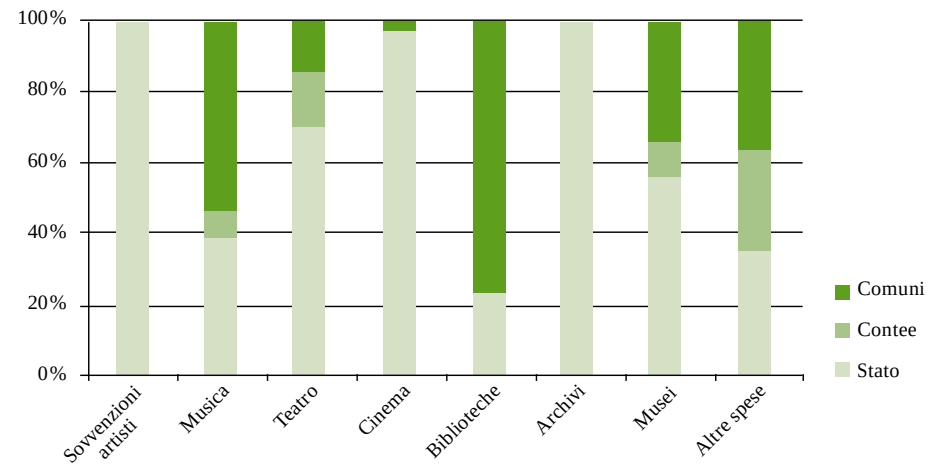
Fonte: Chiffres Clés 2002

Pur se ormai risalenti a otto anni fa, i dati presentati nella precedente tabella mostrano l'alto valore delle spese in cultura per abitante dei comuni francesi al di sopra dei 10.000 abitanti. I comuni considerati sono 103 – molti di più dunque, rispetto all'analogo calcolo sui comuni piemontesi al di sopra dei 15.000 abitanti – e riportano un valore di spesa per abitante pari a 55,5 euro.
Relativamente modesta è, invece, la spesa delle regioni, la cui media di spesa per la cultura era stimata, nel 1993, intorno al 2% del totale dei finanziamenti pubblici. A titolo esemplificativo nello stesso anno la spesa della regione Rhône-Alpes era stata di 140 milioni di franchi contro i 681 della città di Lione o i 240 di quella di Grenoble.

Danimarca

Le statistiche culturali del governo danese sono piuttosto dettagliate e riferiscono i dati relativi al 2001. L'ammontare complessivo delle risorse pubbliche, che comprende la spesa dello Stato, delle Contee e dell'insieme dei Comuni, è pari a 1.000 milioni di euro, a cui vanno aggiunti circa 30 milioni derivanti dal gioco del Lotto e da altre lotterie che, anche in questo Paese, vengono destinati in parte alla cultura.
Osservando la ripartizione effettuata nel grafico seguente, si può notare che i principali attori delle politiche culturali sono lo Stato e i Comuni, mentre le Contee giocano un ruolo più marginale; alcuni settori, poi, sono interamente finanziati solo dal governo centrale, come le sovvenzioni agli artisti, agli archivi o, al 95% il cinema, mentre le municipalità rivestono un ruolo di notevole importanza per quanto riguarda il settore delle biblioteche e quello della musica.
La spesa per abitante è rispettivamente di 105 euro per lo Stato, 8 euro per le Contee e 92 euro per i Comuni.

Fig. 29 Ripartizione per ente della spesa pubblica in cultura in Danimarca (2001)



Fonte: Statistic Yearbook 2003, Education and culture, Denmark Statistic Office

Le tabelle successive permettono, invece, di operare un confronto delle spese per i beni e le attività culturali in quattro Paesi dell'Unione Europea usando come metro di paragone il prodotto interno lordo. Se i budget dei ministeri BAC di Francia e Italia sono simili, soprattutto in proporzione al Pil dei due Paesi, la differenza evidente è data invece dall'ammontare della spesa delle regioni e degli enti locali che oltralpe è decisamente superiore a quella italiana. Lo stesso avviene in Germania dove, tuttavia, è la forma di governo federale che attribuisce alle amministrazioni locali notevoli competenze in materia, come è possibile notare nella tabella che ripartisce la quota percentuale di spesa per BAC fra i ministeri e le amministrazioni periferiche: l'Italia è il Paese dove è preponderante l'iniziativa del governo centrale (66% contro il 34% di regioni e enti locali) esattamente all'opposto della Francia (36% contro 64%) e Spagna (32% contro 68%). In Germania sono i Länder e gli enti locali (86%) a giocare il ruolo principale nelle politiche culturali, lasciando al Commissario per gli Affari Culturali e i Media del Governo Federale un residuo 14%, ed il cui budget in percentuale rispetto al Pil è pari allo 0,047% (nella tabella sono comprese anche le spese degli enti locali). Nella tabella che riporta l'ammontare della spesa per abitante si nota ancora più chiaramente l'impegno in campo culturale di Paesi come la Francia e la Germania, rispettivamente con una spesa di 121 e 83 euro, seguite da valori piuttosto simili per Italia e Spagna.

Tab. 36 Spesa pro capite in cultura in 4 Paesi della Ue

	Popolazione 2002	Spesa per abitante
Italia	57.321.070	57,8
Francia	59.300.000	121,7
Germania	82.797.408	83,6
Spagna	41.800.000	54,1

Fonte: Survey sugli investimenti pubblici per il settore beni culturali in alcuni Paesi Ue, a cura del Centro Studi RCI per MiBAC, dicembre 2002

Tab. 37 Spesa dello Stato e spesa pubblica in 4 Paesi della Ue

	Pil 2001	Budget del Ministero dei BAC 2002	Spesa regioni + enti locali	Spesa pubblica per BAC
	(€ miliardi)	(€ milioni)	(€ milioni)	(€ milioni)
Italia	1.251,1	2.114,5	1.198,0	3.312,5
Francia	1.454,0	2.602,2	4.615,0	7.217,2
Germania	2.060,4	967 (b)	5957 (a)	6.924,0
Spagna	649,3	716 (c)	1546,4 (d)	2.262,4

(a) Spesa dei Governi federali (Lander) e degli enti locali.
(b) Budget del Commissario del Governo federale centrale per gli Affari culturali e i Media.
(c) Anno 2000
(d) Spagna: incluse le spese delle Regioni a statuto speciale (Comunidades autonomas) e degli enti e consorzi pubblici locali (Corporaciones locales), anno 2000

Tab. 38 Incidenza del budget dei Ministeri in quattro Paesi della Ue

	Budget del Ministero come % del Pil	Budget del Ministero come % del budget dello Stato
Italia	0,17	0,39
Francia	0,18	1,00
Germania	0,33 (a)	1,35 (b)
Spagna	0,35 (a)	n.d.

(a) Questo dato misura la spesa pubblica per BAC in rapporto al PIL. Nella spesa pubblica sono dunque incluse le spese delle amministrazioni periferiche
(b) Questo dato misura la spesa pubblica per BAC in rapporto alla spesa pubblica complessiva

Tab. 39 Spesa pubblica per BAC (quota %)

	Spesa Ministero	Spesa regioni + enti locali	Totale Spesa pubblica
Italia	66	34	100
Francia	36	64	100
Germania	14	86	100
Spagna	32	68	100

Fonte: Survey sugli investimenti pubblici per il settore beni culturali in alcuni Paesi Ue,
a cura del Centro Studi RCI per MiBAC, dicembre 2002

2.3 Interventi dei privati

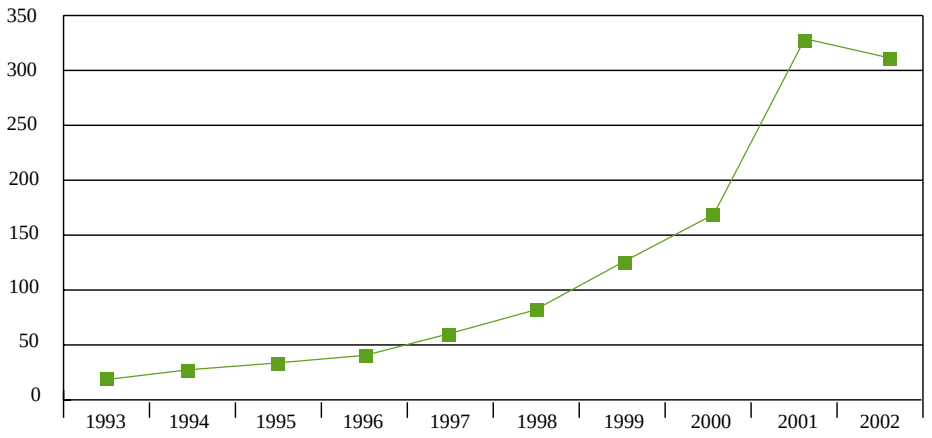
Continua nel 2002 la crescita delle erogazioni delle fondazioni bancarie piemontesi per il Piemonte nei settori dell'arte e della cultura che raggiungono nel 2002 oltre 66 milioni di euro, mentre l'importo complessivo delle erogazioni – non solo quindi quelle destinate al Piemonte – evidenzia una flessione. Tale riduzione si registra anche a livello nazionale: nel 2002, per la prima volta, si interrompe il forte trend di crescita cha ha caratterizzato l'impegno delle fondazioni bancarie per arte e cultura.
Si mantiene costante l'importo destinato alla cultura da parte delle Consulte per la valorizzazione dei beni artistici e storici (attorno al milione di euro) mentre si dimezza quello delle erogazioni liberali da parte delle imprese (circa 422.000 euro).

Le fondazioni bancarie

Il sistema nazionale delle fondazioni bancarie
Coerentemente alla tradizionale vocazione delle Casse di Risparmio e degli Istituti di Credito nei riguardi della tutela e valorizzazione del patrimonio artistico e culturale, sin dalla loro nascita[7] le fondazioni bancarie si sono impegnate nei settori dell'arte e della cultura, e il loro ruolo in questo ambito è andato via via rafforzandosi nel corso degli anni. A distanza di un decennio dal primo anno di attività delle fondazioni bancarie le risorse messe a disposizione per la cultura da parte di questi soggetti sono più che decuplicate: si passa infatti da 24 milioni di euro nel 1993[8] a 311,3 milioni di euro nel 2002. Se si considerassero gli importi a euro costanti (base 2003) si otterrebbe un ammontare di 31,8 milioni di euro relativamente al 1993 e un importo di 319 milioni di euro per il 2002 e la variazione risulterebbe di poco inferiore[9]. È nel 2002 che, per la prima volta, si interrompe il forte trend di crescita cha ha caratterizzato l'impegno delle fondazioni bancarie per arte e cultura.

A livello nazionale[10], pur confermandosi largamente maggioritario, il settore arte e cultura

Fig. 30 Erogazioni delle fondazioni bancarie nei settori arte e cultura
milioni di euro - valori correnti (1993-2002)



Fonte: elaborazione Osservatorio Culturale del Piemonte su dati A.C.R.I.

[7] La fondazioni bancarie sono nate all'inizio degli anni Novanta come conseguenza di un provvedimento di legge (la "legge Amato" - legge 30 luglio 1990, n. 218) che si proponeva di ristrutturare il sistema bancario nazionale, prevedendo la privatizzazione degli Istituti di Credito di Diritto Pubblico.

[8] L'esercizio 1992/1993 costituisce per la maggior parte delle fondazioni il primo anno di attività.

[9] La variazione è dell'1.194% per i valori correnti e del 903% per i valori costanti.

vede diminuire la propria incidenza percentuale di circa 5 punti sul totale degli importi erogati, attestandosi al 28,9%, contro il 34,1% dell'esercizio precedente. Il cambiamento sembra legato ad una diversa politica di distribuzione che mira a una maggior diversificazione degli interventi[11]. A beneficiare della diminuzione del peso del settore culturale è soprattutto quello dell'istruzione, al quale sono stati destinati 177 milioni di euro, il 16,4% degli importi erogati.

Nel corso degli anni, fatta eccezione per il 2002, all'aumentare della disponibilità complessiva per erogazioni ha sempre corrisposto anche una crescita delle erogazioni per il settore arte e cultura.

Tab. 40 Distribuzione delle erogazioni, complessive e nel settore Arte e cultura, delle fondazioni bancarie negli anni 1993-2002 (milioni di euro)

	Totale erogato		Settore arte e cultura	
	v.a.	Variaz. %	v.a.	Variaz. %
1993	88,8	-	24,1	-
1994	101,2	13,9%	28,4	18,0%
1995	109,1	7,8%	31,2	9,9%
1996	130,4	19,5%	42,3	35,4%
1997	171,9	31,8%	58,1	37,5%
1998	217,4	26,5%	77,9	34,1%
1999	394,9	81,6%	127,1	63,2%
2000	527,4	33,6%	182,6	43,7%
2001	971,3	84,2%	331,6	81,6%
2002	1.076,7	10,9%	311,3	-6,1%
TOT.	**3.789,2**		**1.214,5**	

Fonte: elaborazione Osservatorio Culturale del Piemonte su dati ACRI

Sempre ad eccezione del 2002, negli anni è cresciuto non solo l'importo complessivo per arte e cultura, ma anche l'importo medio per intervento nel medesimo settore: si passa da poco più di 10.000 euro per intervento nel 1994 a 41.000 euro nel 2002, mentre l'importo medio per intervento del complesso delle erogazioni è passato da poco meno di 8.000 euro nel 1994 a 52.681 euro nel 2002.

All'interno del settore arte e cultura, la conservazione e la valorizzazione dei beni architettonici e archeologici ha sempre rivestito un ruolo di particolare rilievo. Nel 2002 sono stati destinati a questo specifico sub-settore oltre 128 milioni di euro, con un'incidenza del 41,3% sul totale erogato. Da evidenziare anche la netta superiorità dell'importo medio unitario degli interventi per conservazione e valorizzazione dei beni architettonici e archeologici (112.000 euro contro 41.000 del dato medio); ciò evidenzia la propensione delle fondazioni bancarie a concentrare il loro intervento su iniziative di grande rilievo, che prevedono investimenti importanti e presentano un'articolazione progettuale complessa.
Il forte legame che le fondazioni hanno con il territorio di pertinenza delle istituzioni creditizie[12], la maggior concentrazione di questi soggetti nel Nord del Paese e la presenza, sempre al Nord, delle fondazioni maggiori per ordine di spesa, influenzano indubbiamente la ripartizione geografica delle risorse, tanto a livello complessivo quanto relativamente all'impegno per arte e cultura.
Per bilanciare il disequilibrio esistente fra le diverse aree geografiche[13], il sistema delle fondazioni bancarie ha puntato sul settore arte e cultura: il *Progetto Sviluppo Sud*, promosso dall'Associazione fra le Casse di Risparmio Italiane alla fine del 2001, individua come area tematica per il 2003 la promozione di distretti culturali per la valorizzazione economica del patrimonio artistico, culturale e ambientale nelle regioni Campania, Calabria, Basilicata,

[10] Il sistema delle fondazioni bancarie si compone di 89 soggetti, di cui 82 originate da Casse di Risparmio, 6 da Istituti di Credito di Diritto Pubblico e uno da un Monte di Credito.

[11] Fonte: Associazione fra le Casse di Risparmio Italiane, Ottavo Rapporto sulle Fondazioni Bancarie, supplemento al n°3 - 2003 de "Il Risparmio", ACRI, Roma 2003.

[12] A titolo esemplificativo, nel 2002 il 63% degli importi complessivi erogati e l'80% degli interventi sono stati allocati nella stessa provincia di appartenenza; un ulteriore 27% degli importi (16% del numero di iniziative) è stato comunque destinato alla regione dell'ente erogatore. In totale, pertanto, il 90% delle risorse erogate e il 96% delle iniziative viene attribuito su base regionale.

[13] A titolo esemplificavo, nel 2002 il 37,1% delle risorse complessive è stato destinato all'area Nord-Ovest, il 34,6% al Nord Est, il 26,5% al Centro e l'1,8% al Sud e Isole.

Molise, Puglia, Sicilia e Sardegna. Aderiscono al progetto 43 Fondazioni (di cui 11 piemontesi[14]) per un ammontare complessivo di risorse pari a circa 26 milioni di euro.

Le fondazioni bancarie piemontesi

A livello regionale, l'importo deliberato nel settore arte e cultura dalle 12 fondazioni bancarie piemontesi nel 2002 si attesta a 71,4 milioni di euro, di cui 66,1 localizzati in Piemonte.

Gli oltre 66 milioni di euro destinati ad interventi in Piemonte rappresentano una quota significativa, pari al 21,2%, delle risorse erogate in ambito culturale dall'insieme delle fondazioni italiane. Si individua una crescita rispetto al 2001, quando tale quota era del 19%.

L'importo complessivo per erogazioni nel settore cultura segna tuttavia una flessione rispetto all'esercizio precedente; tale flessione è comunque inferiore rispetto a quella rilevata a livello nazionale[15]. Se si estende il confronto al 2000 si evidenzia invece un incremento del 15%.
Come riscontrato anche a livello nazionale, la diminuzione dell'importo destinato ad arte e cultura corrisponde ad un ridimensionamento del peso di tale settore rispetto ai restanti settori definiti "ammessi"[16]. Nel 2002 l'incidenza percentuale delle erogazioni per il settore arte e cultura sul totale delle erogazioni è pari al 30,7%, con una riduzione di 2,3 punti percentuali rispetto al 2001. Focalizzando l'attenzione sulle sole risorse che le fondazioni bancarie piemontesi hanno destinato al Piemonte nel settore culturale, si individua viceversa un incremento del 3,4% rispetto al 2001 e di circa il 20% rispetto al 2000.
Per le fondazioni piemontesi la tendenza a concentrare le risorse nella regione in cui hanno sede sembra rafforzarsi nel 2002: il 93% degli importi erogati è localizzato in Piemonte, contro l'86% del 2001 – sempre relativamente alle fondazioni piemontesi – e il 90% relativo al sistema delle fondazioni italiane nel 2002. A tale riguardo si individuano differenze a seconda della fondazione: ad esempio, la percentuale di risorse destinate al Piemonte è di circa 88% per la Compagnia di San Paolo, tradizionalmente impegnata in numerosi interventi anche al di fuori dei confini regionali, sale al 95% nel caso della Fondazione Cassa di Risparmio di Torino e a poco meno del 100% per le altre fondazioni piemontesi.
Quanto alla tipologia degli interventi all'interno del settore arte e cultura, riprendendo la suddivisione dei due principali soggetti per ordine di spesa, emerge come per la Compagnia di San Paolo il settore arte raccolga la quota più consistente di risorse (62%), mentre il settore conservazione e valorizzazione dei beni e delle attività culturali e dei beni ambientali ricopre il restante 38%. All'interno del settore arte il peso maggiore è rappresentato dal patrimonio artistico monumentale per il quale sono stati erogati 18,6 milioni di euro (oltre il 56% delle risorse complessive destinate alla cultura) ed è al Programma Musei, prerogativa del Distretto dei musei del centro storico di Torino, che si indirizza la quota più consistente di risorse. Relativamente alla conservazione e valorizzazione dei beni e delle attività culturali e dei beni ambientali, la quota maggiore è stata destinata nel 2002 a musica e danza, al cui interno si distingue, per consistenza dell'importo erogato, il sostegno alla Fondazione Teatro Regio di Torino, di cui la Compagnia è socio fondatore.
Relativamente alla Fondazione Cassa di Risparmio di Torino l'impegno più importante in termini di risorse è stato indirizzato verso interventi di restauro, conservazione, sostegno ai musei ed organizzazione di attività espositive (circa 19 milioni di euro, pari al 79% delle risorse nel settore cultura), mentre il restante 21% è stato diretto ad azioni di sostegno alle attività di spettacolo e della cultura. Fra gli interventi di maggior respiro economico si possono citare, per ciò che concerne la conservazione e valorizzazione del beni culturali, i lavori di restauro e adeguamento impiantistico del Salone del Senato di Palazzo Madama e i restauri alla Palazzina di Caccia di Stupinigi. Relativamente alle attività culturali, si segnala l'appoggio all'Associazione Teatro Stabile di Torino e al festival Settembre Musica.
Per le dieci fondazioni bancarie piemontesi localizzate nelle altre province – molte delle quali non prevedono una netta distinzione fra le diverse tipologie di intervento all'interno

[14]Le Fondazioni Cassa di Risparmio di Alessandria, Asti, Biella, Bra, Cuneo, Fossano, Saluzzo, Savigliano, Torino e Vercelli si sono impegnate in maniera congiunta e coordinata in un progetto di recupero, denominato "Parco Archeologico, Storico e Ambientale della Valle del Margine", di un'area della Sardegna centro-occidentale. La Fondazione Cassa di Risparmio di Torino è anche coinvolta in un progetto destinato alla Puglia, mentre la Fondazione Cassa di Risparmio di Tortona partecipa ad un progetto per la Campania. Fuori dell'ambito del Progetto Sviluppo Sud la Compagnia di San Paolo, per la quale il Mezzogiorno rappresenta territorio di riferimento oltre a Piemonte e Liguria, ha sviluppato forme di proficua collaborazione con l'Istituto Banco di Napoli - Fondazione, sfociate nel dicembre 2002 in un Accordo di Collaborazione siglato tra i due Enti, con l'obbiettivo di innescare e rafforzare una sinergia "per lo sviluppo di progetti in campo culturale, scientifico e sociale nel Mezzogiorno". Fra gli interventi più significativi si può menzionare la valorizzazione del sito archeologico di Pompei.

[15] A livello regionale la riduzione delle risorse per arte e cultura registra un -4,5% rispetto al 2001, mentre a livello nazionale la riduzione è del 6%. Nel 2001 le risorse destinate al settore cultura ammontavano a 74,7 milioni di euro.

[16]Si veda l'art. 1 D. Lgs 17 maggio 1999, n. 153, Definizioni. c-bis, "Settori ammessi": 1) Famiglia e valori connessi; crescita e formazione giovanile; educazione, istruzione e formazione, incluso l'acquisto di prodotti editoriali per la scuola; volontariato, filantropia e beneficenza; religione e sviluppo spirituale; assistenza agli anziani; diritti civili; 2) prevenzione della criminalità e sicurezza pubblica; sicurezza alimentare e agricoltura di qualità; sviluppo locale ed edilizia popolare locale; protezione dei consumatori; protezione civile; salute pubblica, medicina preventiva e riabilitativa; attività sportiva; prevenzione e recupero delle tossicodipendenze; patologie e disturbi psichici e mentali; 3) ricerca scientifica e tecnologica; protezione e qualità ambientale; 4) arte, attività e beni culturali.

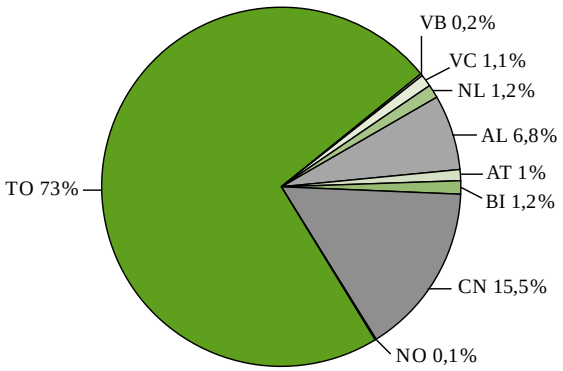
del settore cultura – è stata effettuata una suddivisione per macro aree: da un lato sono stati considerati i lavori sulle strutture (e dunque sono stati compresi lavori di restauro a beni artistici e storici, a edifici sacri e a sedi teatrali), dall'altro gli interventi nell'ambito delle attività culturali, fra le quali convegni, mostre, pubblicazioni ecc. Il quadro che ne deriva è di maggiore equilibrio rispetto a quello delineato per le due fondazioni torinesi: il 42% (5,7 milioni di euro circa) delle risorse è infatti destinato ad attività culturali, mentre il restante 58% ad interventi sulle strutture.

La maggiore propensione da parte delle due fondazioni bancarie torinesi all'impegno in interventi sul patrimonio culturale trova in parte spiegazione nella maggiore disponibilità di risorse. In molti casi le azioni sul patrimonio non solo richiedono finanziamenti elevati, ma necessitano anche della garanzia di una disponibilità di fondi consistenti per anni (è consueto che interventi complessi non si esauriscano in un breve periodo). Numerosi sono i casi in cui le fondazioni torinesi si sono impegnate in operazioni di ampio respiro: a titolo esemplificativo basti pensare ai lavori di restauro e recupero destinati alle Residenze Sabaude nel quadro dell'Accordo di Programma tra Regione Piemonte e Ministero per i Beni e le Attività Culturali. Al tempo stesso, nel caso delle fondazioni piemontesi che possono far conto su ordini di spesa minori, il maggiore equilibrio fra spesa per attività culturali e spesa per il patrimonio culturale va letto nell'importante ruolo di tali soggetti nella vita del territorio, in cui, anche per le attività culturali, si fanno più marcate le forme di "sussidiarietà" nei confronti dell'ente pubblico.

Fra gli interventi più rilevanti, quanto a consistenza dell'importo erogato, realizzati dalle fondazioni piemontesi – escluse le due torinesi – si citano a titolo esemplificativo: il recupero della vecchia Cattedrale di Alessandria e la risistemazione di Piazza della Libertà, sempre in Alessandria, realizzati dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Alessandria; la realizzazione della Cittadella della Letteratura per Ragazzi a Boves, in provincia di Cuneo; la risistemazione delle sale e completamento degli allestimenti museali presso l'Enoteca Regionale Piemontese Cavour di Grinzane Cavour realizzati con il contributo della Fondazione Cassa di Risparmio di Cuneo – la terza fondazione bancaria piemontese per ordine di spesa, dopo Compagnia di San Paolo e Fondazione CRT.

I 66 milioni di euro localizzati in Piemonte dalle fondazioni piemontesi rappresentano il 24,5% delle risorse pubbliche stimate per il 2002. Il dato si mostra stabile rispetto al 2001 e in crescita rispetto al 2000, anno in cui tale percentuale era al 20%.

Fig. 31 Ripartizione delle risorse delle fondazioni bancarie piemontesi nel settore cultura (2002)



Fonte: elaborazione OCP su dati dei bilanci e rapporti annuali delle fondazioni bancarie piemontesi
NL= Non Localizzato

Altri soggetti privati

Le Consulte per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Storici

Nell'ambito dei contributi alla cultura da parte di soggetti istituzionali privati occorre segnalare il sostegno apportato dalle Consulte per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Storici. In Piemonte ve ne sono 4 – la Consulta dei Beni Artistici e Culturali di Torino, la Consulta dell'Alessandrino, quella di Fossano e quella di Savigliano – che contano complessivamente una sessantina fra aziende, associazioni imprenditoriali, fondazioni bancarie. L'intervento di tali soggetti è sostanzialmente indirizzato al recupero e restauro dei beni storico-architettonici e delle opere d'arte, il cui finanziamento avviene con il concorso di tutti gli associati – e in alcuni casi anche con il contributo di terzi – che annualmente si impegnano a corrispondere una quota prestabilita. Per il 2002 l'importo stanziato si attesta attorno al milione di euro, di cui il 74% è afferente alla Consulta torinese. Non si evidenziano sostanziali scostamenti rispetto al precedente biennio sia per quanto concerne le quote annuali stanziate dagli aderenti sia per quanto riguarda la numerosità di questi ultimi.
Fra gli interventi realizzati con il contributo delle Consulte piemontesi si citano a titolo esemplificativo il restauro del monumento a Ferdinando di Savoia nella torinese piazza Solferino e l'Asse del Belvedere di Villa della Regina, sempre a Torino, da parte della Consulta torinese[17], il restauro, avvenuto su progetto pluriennale, della chiesa alessandrina di Santa Maria di Castello da parte della Consulta di Alessandria, il restauro del bastione del Salice a Fossano, da parte della Consulta di Fossano, il restauro e recupero funzionale della Torre Civica di Savigliano da parte della Consulta saviglianese.

Le erogazioni liberali da parte delle imprese

Nell'ambito degli strumenti di sostegno alla cultura da parte delle imprese, i dati relativi all'applicazione della legge n. 342 del 2000 – che consente di dedurre dal reddito di impresa le erogazioni liberali destinate a soggetti operanti nel settore culturale – individuano nel 2002 per il Piemonte donazioni pari a 421.866 euro, mentre l'importo versato dai mecenati piemontesi è di 293.897 euro. Si evidenzia una flessione consistente (pari al 70% relativamente alle donazioni versate e al 52% relativamente a quelle incassate) rispetto al 2001, quando la legge fu in vigore per soli due mesi. È mutata rispetto al 2001 anche la distribuzione delle erogazioni fra beni culturali e spettacolo: quest'ultimo ricopre in Piemonte nel 2002 una quota pari all'1% contro il 24% del 2002. Quanto ad entità dell'importo erogato, ma anche ad entità dell'importo beneficiato, il Piemonte si colloca al sesto posto, dietro Lombardia – che con 8,4 milioni di euro conta da sola il 60% del totale dei contributi versati – Lazio, Emilia Romagna, Veneto, Toscana. Il peso delle erogazioni delle aziende piemontesi sul totale delle erogazioni è del 2% (anche in questo caso si registra una flessione rispetto al 2001, quando tale percentuale era 6%) mentre più alta, pari all'8,5%, è la percentuale del Pil del Piemonte sul Pil nazionale. In Piemonte i donatori, ed anche i beneficiari, si concentrano in sole tre province: il 90% delle erogazioni proviene dalla provincia di Torino, il 7% da quella di Cuneo e il 3% dalla provincia di Novara; la destinazione delle erogazioni presenta una ripartizione analoga.

[17]Gli interventi della Consulta torinese qui citati si riferiscono al 2002. Il restauro del Belvedere di Villa della Regina, di durata biennale, è continuato nel 2003.

2.4 Occupazione culturale

Lo scenario generale

Nel 2002 gli occupati in attività culturali nei 25 paesi attualmente membri dell'Unione Europea erano circa 4,2 milioni di persone, ovvero il 2,5% degli occupati globali. L'Italia con il 2,2% si colloca al sedicesimo posto, al di sotto della media europea.
Sempre a livello europeo, il lavoro nell'ambito culturale è più precario: il lavoro temporaneo riguarda il 18% degli occupati nel settore culturale, mentre incide per il 12% a livello complessivo.
Il numero di persone occupate in Piemonte nel 2003 è pari a circa 1.832.000, in aumento del 2,1% rispetto all'anno precedente; gli occupati a diverso titolo nel macrosettore cultura in Piemonte sono stimati in 40.000/44.000 unità.
Per quanto riguarda l'editoria libraria e di prodotti multimediali si conferma la tendenza, già riscontrata negli ultimi anni, ad una costante contrazione del comparto (-3,7% rispetto al 2001 e -7,8% rispetto al 2000).
Per la produzione audiovisiva e cinematografica le stime del 2002 indicano un aumento complessivo del 5% nel numero di occupati.

Per quanto riguarda l'andamento occupazionale in Italia, in base ai dati ISTAT nel 2003 si registra un indebolimento della crescita del volume di lavoro assorbito dal sistema economico. Complessivamente il numero delle persone occupate è aumentato dell'1% (passando da 21.829.000 nel 2002 a 22.054.000 nel 2003), variazione in gran parte attribuibile all'incremento degli occupati nelle classi di età 50-59[18]. Tale fenomeno è ascrivibile agli effetti del graduale innalzamento dei requisiti di età e di contribuzione per l'accesso alle pensioni di vecchiaia o di anzianità. Anche nel 2003 è proseguita la tendenza all'aumento del tasso di occupazione, seppur con intensità inferiore rispetto agli anni precedenti: il 56% della popolazione tra 15 e 64 anni è risultata occupata. In termini relativi il numero delle persone occupate nel Nord Ovest è cresciuto dell'1,5% (incremento maggiore rispetto alla media nazionale): in Piemonte, Valle d'Aosta, Liguria e Lombardia sono 6.573.000 gli occupati nel 2003.

Per quanto riguarda il Piemonte si osservano andamenti differenziati fra le varie aree provinciali, anche se gli indicatori sul numero di occupati sono quasi tutti di segno positivo. Il numero di persone occupate è pari a circa 1.832.000, che rappresenta un aumento del 2,1% rispetto all'anno precedente. Per quanto riguarda lo scenario provinciale le *performance* migliori sono quelle di Asti (+7.000 occupati, +7,8%), di Novara (+10.000 occupati, + 6,8%), mentre l'unico dato controtendenziale si registra nella provincia di Cuneo (-2.000 posti, -1%). In aumento dell'1,4% il numero degli occupati nella provincia di Torino. In Piemonte il tasso di occupazione tra i 15 e i 64 anni di età nel 2003 si è attestato al 63,3% (sesto nella graduatoria nazionale).

L'occupazione culturale in Europa: alcune indicazioni di quadro

Una recente indagine realizzata da Eurostat su Cultural Employment in Europe[19] fornisce alcune interessanti indicazioni di quadro che consentono di confrontare la situazione italiana con quella degli altri Paesi europei. Complessivamente gli occupati in attività culturali[20] nei 25 paesi attualmente membri dell'Unione Europea nel 2002 erano stimati in circa 4,2 milioni di persone, ovvero il 2,5% degli occupati globali. L'incidenza degli occupati nel settore culturale sul totale degli occupati varia dall'1,4% del Portogallo e della Slovacchia al 3,7%

[18] ISTAT, *Rapporto Annuale 2003*, Roma.

[19] Eurostat, Labour Force Survey, 2003

[20] Sono stati considerati tutti coloro che sono occupati in attività professionali aventi una "dimensione culturale", ad esempio scrittori, bibliotecari, artisti dello spettacolo dal vivo, architetti, occupati nell'industria culturale, ecc.

dell'Estonia e al 3,5% della Finlandia (Tabella 41). L'Italia, con il 2,2%, si colloca al sedicesimo posto, al di sotto della media europea. Sorprende un impatto sul fronte occupazionale così modesto in un Paese come l'Italia in cui la consistenza e la rilevanza del patrimonio artistico e culturale sono sicuramente al di sopra della media europea. Da segnalare inoltre l'elevato livello di istruzione delle persone occupate in ambiti culturali: il 40% dei lavoratori è infatti in possesso della laurea. In Italia la percentuale di laureati tra le professioni culturali è del 27%, quasi il doppio dell'incidenza dei laureati italiani negli altri settori (14%).
Complessivamente si può dire che l'occupazione in ambito culturale è più precaria: il lavoro temporaneo riguarda il 18% degli occupati nel settore culturale, mentre incide per il 12% a livello complessivo. In Italia la forbice è ancora più sensibile: sono circa il 19% gli occupati temporanei in cultura contro il 9% dell'intero comparto occupazionale.
Bisogna rimarcare infine che l'incidenza del settore culturale sul totale indicato per l'Italia dall'Eurostat (2,2%) si avvicina al dato indicato dall'indagine ISTAT Rilevazione Forze Lavoro del 1999, pari al 2,4%. Se si mantenesse valido il dato medio tra il valore Eurostat e quello ISTAT relativo all'incidenza totale degli occupati nel settore culturale (pari al 2,3%), si potrebbe stimare in 40.000/44.000 unità gli occupati a diverso titolo nel macrosettore cultura in Piemonte.

Tab. 41 Occupati nel settore culturale e incidenza del settore culturale per i 25 Paesi EU

	Occupati nel settore culturale (in migliaia)	Tasso di occupazione culturale (% sul totale occupati)
EU25[1]	**4.164,30**	**2,5**
Belgio	89	2,3
Repubblica Ceca	79,6	1,8
Danimarca	79,9	3,1
Germania	929,7	2,7
Estonia	19,9	3,7
Grecia	81,7	2,5
Spagna	307,9	2
Francia	434	2,1
Irlanda	42,8	2,7
Italia	*453,0*	*2,2*
Cipro	7,3	2,5
Lettonia	15	1,8
Lituania	30,1	2,7
Lussemburgo	3,2	1,8
Ungheria	69	1,9
Malta	-	-
Paesi Bassi	249,1	3,3
Austria	70,4	2
Polonia	-	-
Portogallo	60,4	1,4
Slovenia	20,1	2,5
Slovacchia	27	1,4
Finlandia	78,8	3,5
Svezia	139,6	3,3
Regno Unito	877,1	3,2
Islanda	6,1	4,2
Norvegia	48,4	2,2
Bulgaria	50,5	2,1
Svizzera	93,3	2,7

Fonte: Eurostat, Labour Force Survey, 2003

L'occupazione culturale in Piemonte

Rispetto ai diversi ambiti tradizionalmente definiti come culturali, l'OCP analizza solo alcuni comparti; in particolare le stime sull'occupazione riguardano i settori dello spettacolo dal vivo – teatro, musica e danza – l'editoria libraria, la produzione audiovisiva, i musei, le biblioteche e gli archivi.
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. Come si diceva già nella Relazione Annuale precedente, 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 piemontesi[21]. 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 l'editoria libraria e di prodotti multimediali il numero di addetti stimati nel 2002 è di circa 2.570 unità: si conferma la tendenza, già riscontrata negli ultimi anni, ad una costante contrazione del comparto (erano circa 2.680 nel 2001). I mutamenti complessivi del mercato del lavoro uniti ad una tendenza alla concentrazione produttiva sembrano tra le cause più significative del fenomeno. Nonostante la diminuzione evidenziata nell'ultimo triennio, l'editoria continua a rappresentare il sub-settore con la maggiore incidenza percentuale in termini di numero di addetti.

Per la produzione audiovisiva e cinematografica le stime del 2002 indicano un andamento in controtendenza: si registra infatti un aumento complessivo del 5% (gli addetti sono passati da 970 nel 2001 a 1.016 nel 2002). Il dato è però imputabile soprattutto alla *performance* positiva del primo soggetto economico del settore (il cui fatturato incide sul fatturato dell'intero comparto per il 55% circa). Tale soggetto, a seguito di riassesti e riorganizzazioni intergruppo, ha infatti visto aumentare in maniera sensibile il proprio numero di addetti nel 2002 (+22%). Se si esclude l'azienda leader, l'andamento occupazionale nelle altre aziende del settore è di segno opposto e fa segnare un -16,5% (si passa dai 438 addetti del 2001 ai 366 del 2002).
Per quanto concerne il settore delle attività culturali (teatro, musica, danza), i dati del monitoraggio OCP consentono di stimare in più di 1.450 le persone occupate a vario titolo in questi ambiti di attività.
Per quanto riguarda le mansioni legate ad attività ricreative e culturali[22], l'Osservatorio Regionale sulle Forze Lavoro fornisce i dati sui contratti di assunzione a tempo determinato e indeterminato per il settore in questione. Nell'arco del 2002 sono stati circa 17.000 i contratti attivati (sia temporanei sia a tempo indeterminato), di cui 6.900 (40,6%) relativi al settore delle produzioni e distribuzioni cinematografiche e di video, 8.150 (48%) riguardanti "altre attività dello spettacolo", 1.700 (10%) per attività del settore radiotelevisivo, 166 inerenti alle attività di agenzia di stampa e 95 per il settore delle biblioteche, archivi e musei. Dal punto di vista della distribuzione territoriale bisogna segnalare la posizione dominante della provincia di Torino: più dell'82% dei contratti di lavoro sono stati stipulati nella provincia del capoluogo regionale.

[21] 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.

[22] Sono qui intese quelle rientranti nelle categorie delle attività produttive dell'ISTAT ai codici numero 92.1, 92.2, 92.3, 92.4, 92.5.

FUM.NET – Imprenditorialità femminile nello spettacolo dal vivo: fondamenti per un sistema di eccellenza[23]

FUM.NET ha avuto origine nel settembre 2003 grazie ad una misura sulle pari opportunità del Fondo Sociale Europeo[24] per favorire l'interazione di ambiti appartenenti alle spettacolo dal vivo (musica, teatro, danza, con un'incursione nella dimensione trasversale della comunicazione). Obiettivo del progetto è individuare trend comuni ed esigenze concrete, al fine di proporre indicazioni per la creazione di strumenti di supporto allo svolgimento della professione di *performing artist* al femminile.

FUM.NET si inserisce nel filone progettuale che sta riservando crescente attenzione al lavoro femminile nel settore cultura[25]. Si tratta dell'analisi di un fenomeno complesso, centrato su una condizione che per lo più è insieme lavorativa, esistenziale ed identitaria con caratteristiche ricorrenti, che verranno riprese qui di seguito.

Oggetto specifico di indagine sono professioniste del settore attive sul territorio piemontese che, laddove possibile, siano anche imprenditrici di se stesse o di micro imprese (per lo più associazioni). La ricerca ha individuato un campione di 42 professioniste: il 42,5% del campione dichiara di occuparsi di musica, il 37,5% di teatro e un altro 37,5% di danza. Solo il 15% si concentra sulla dimensione della comunicazione. Tra le attività svolte predominano l'organizzazione di eventi (18%), la produzione e l'organizzazione di tournées (17%), l'organizzazione di festival/rassegne (15%). Discreta si presenta, inoltre, l'offerta di attività didattiche (14%).

Anche in presenza di un ventaglio di attività articolato, lo staff (sia maschile sia femminile) impiegato nelle organizzazioni è solitamente ridotto, legato con contratti occasionali (60%), se non a cavallo tra prestazione retribuita e lavoro volontario. Gli scritturati con meno di 200 giornate lavorative rappresentano il 37,5%, seguiti dalle collaborazioni co.co.co (o su progetto) e con Partita IVA (32,5%). Dello staff femminile impiegato, il 46% svolge funzioni organizzative, circa il 36% funzioni artistiche e solo il 16% funzioni tecniche (si tratta di mansioni spesso svolte dalle stesse persone).

È interessante notare come molti punti emersi nel corso dell'analisi delle attività delle professioniste dello spettacolo dal vivo non siano riconducibili a tematiche strettamente ed esclusivamente di genere. Infatti anche per il campione femminile, tra le esigenze ritenute prioritarie prevale la richiesta di maggiore attenzione alla cultura (82,5%) e alle necessità del settore – legislazione, previdenza, informazione – da parte del mondo politico e delle istituzioni (circa il 60%). Dietro queste istanze si nasconde la fatica della relazione con le istituzioni nel far pervenire le proprie richieste ed instaurare un dialogo stabile. Al terzo posto, ma con un forte distacco, segue il bisogno di formazione di qualità (35%). La richiesta di riservare maggiore attenzione alle capacità femminili è sentita invece solo da un quarto del campione.

Questa concentrazione su difficoltà comuni all'intero settore (quali le difficoltà di riconoscimento delle competenze/professionalità, una diffusa precarietà professionale ed economica, la pluralità di funzioni/mansioni del singolo[26], la non abitudine al lavoro in rete[27]) potrebbe portare a concludere che le donne attive nello spettacolo dal vivo non debbano confrontarsi con tematiche molto diverse da quelle dell'universo maschile e che dunque non esista una reale questione di genere.

Naturalmente anche all'interno del settore culturale esistono importanti differenze percettive ed operative tra chi si muove in realtà strutturate e chi ha scelto la libera professione e/o opera all'interno di ambienti piccoli, dinamici, fluidi. Questo orientamento spiega quindi un dato dell'analisi: delle intervistate solo il 33,3%, sia pur con sfumature individuali diverse, ritiene che le donne soffrano di una doppia marginalità in quanto donne e in quanto lavoratrici di un settore da sempre sottovalutato. Un altro 33,3% ritiene invece questa percezione assolutamente non veritiera, mentre un altro 21,4% applica l'affermazione al settore culturale in generale.

[23] www.fitzcarraldo.net/fumnet.

[24] Nasce inoltre, dalla volontà del Comune di Torino, Fondazione Fitzcarraldo, Adfarmand Chicas, Associazione Didee, Associazione Xenia Ensemble, Alma Teatro - Cooperativa La Talea.

[25] Cfr. Censis, *Le donne nelle arti, nella cultura, nell'industria culturale e nell'indotto*, 2000; D. Cliche, R. Mitchell, A. Wiesand (edited by), *Pyramid or Pillars. Unveiling the Status of Women in Arts and Media Professions in Europe, ArCult Media*, 2000; I. Peretti, M.L. Nespica (a cura di), *Donne nelle arti. La cultura come risorsa*, Presidenza del Consiglio dei Ministri. Dipartimento per le Pari Opportunità, 2001; M.A. Trasforini, La Nuova Bohème. *Donne e nuove professioni nella cultura. Una ricerca a Bologna*, Efeso; Sfera, *Una stabile precarietà: donne, lavoro atipico e mestieri della cultura*, I quaderni di E.L.I.C.A / 4, 2004.

[26] Nel 93% dei casi le professioniste riconoscono che la propria professione comprende, accanto a funzioni di produzione, coordinamento e realizzazione artistica anche una componente di gestione/amministrazione. Questa responsabilità implica l'utilizzo di competenze per lo più acquisite non grazie a un percorso formativo ad hoc, ma attraverso esperienze sul campo. Talvolta la dimensione di project management sembra prevalere sul lavoro artistico, conducendo ad una "divaricazione" della carriera: è forte la percezione che tali mansioni, inevitabili ma non sentite come proprie (e spesso svolte a titolo gratuito), sottraggano tempo ed energie alla realizzazione artistica, con una graduale alienazione dalla propria vocazione. Si registra inoltre la tendenza (dichiarata dal 60% del campione) ad affiancare al lavoro nell'organizzazione una o più occupazioni esterne, di carattere sia regolare sia occasionale, per lo più attinenti al proprio interesse artistico (insegnamento, prestazioni professionali individuali, ecc.), con l'obiettivo di diversificare le competenze e/o integrare il reddito.

[27] Diffidenza riconducibile all'individualismo, al desiderio di difendere la propria identità artistica, alla competitività,

Una costante che emerge è quella per cui anche le donne nelle arti vivono il fenomeno della "doppia presenza" per cui, sommando la professione con il lavoro domestico, lavorano nell'arco di una giornata un numero imprecisato di ore in più rispetto ai loro compagni/colleghi[28].
Emerge la difficoltà di conciliare i tempi di una vita famigliare con i tempi del lavoro nello spettacolo, soprattutto laddove mancano legami familiari solidi.
Questa serie di difficoltà può condurre a scelte drastiche quali l'allontanamento dal mondo artistico e quindi la creazione di vuoti generazionali. Si tratta di rinunce che il singolo professionista per lo più non riconduce all'ostilità del contesto lavorativo, adducendo spiegazioni personali (quali una motivazione, passione/dedizione individuale insufficiente).
Un'altra scelta altrettanto radicale, ma diametralmente opposta, è la rinuncia alla creazione di una famiglia, per privilegiare invece gli aspetti di gratificazione professionale.
Se il tempo è dunque una risorsa-chiave per le professioniste del settore, un obiettivo su cui puntare potrebbe essere quello di semplificare una serie di incombenze amministrative e gestionali che le professioniste sono chiamate a svolgere: il risultato sarebbe quello di liberare quote di tempo da dedicare al proprio lavoro principale (produzione artistica) o allo sviluppo di nuovi progetti. L'ipotesi potrebbe quindi essere la realizzazione di un centro servizi strutturato che tenga conto di modalità di accesso e di fruizione non convenzionali. In questo modo si favorirebbe anche la messa in rete di competenze, una graduale specializzazione degli esperti, la creazione di una forza collettiva trasversale. Inoltre il servizio risponderebbe ad un'esigenza esplicita delle professioniste, che si sentono carenti in primo luogo nelle competenze economiche/budgeting e legali/amministrative.
Anche il variegato campo della formazione gestionale potrebbe svolgere un ruolo importante, tenendo conto del forte investimento in formazione che queste professioniste, solitamente con un livello di scolarizzazione medio-alto[29], sono disposte a fare anche assumendosene l'onere economico in prima persona[30], dell'esigenza di un *training* operativo di applicazione immediata al proprio contesto lavorativo, della difficoltà di individuare sul territorio strutture/offerte in grado di soddisfare le proprie esigenze[31]. L'obiettivo non dovrebbe essere quello di creare nuove figure di esperti, ma di sistematizzare le competenze già in possesso delle professioniste in modo che queste acquisiscano chiarezza su opportunità e criticità, sappiano relazionarsi al meglio con i soggetti competenti (istituzioni e consulenti) e riescano a contenere il tempo dedicato a tali attività.

Per quanto riguarda i servizi di *welfare* presenti sul territorio, è emersa l'opportunità di creare sinergie con altre categorie di professioniste appartenenti a settori comunemente definiti "atipici" al fine di realizzare servizi alle famiglie a costi agevolati, tarati su orari ed esigenze assolutamente non standard (apertura serale, notturna, festiva). D'altro canto la normativa più recente sui congedi parentali sembra offrire spazi per un'azione di sensibilizzazione che conduca ad un utilizzo più sistematico di tale opportunità da parte di coppie composte da una lavoratrice autonoma e da un lavoratore dipendente, tenendo conto di come oggi siano ancora pochi gli uomini che ne usufruiscono, per questioni di mentalità, ma anche di opportunità economica e di carriera.

alla difficoltà di coordinare/mediare le attività e le priorità, dando il giusto spazio a tutti gli attori in gioco.

[28]Poco meno del 60% del campione dichiara di vivere in un rapporto di coppia, il 30% di vivere da sola. In 3 casi il nucleo famigliare è composto da una madre con figlio a carico. Solo il 40% del campione ha figli.

[29]Il campione risulta equamente distribuito tra chi possiede una laurea e chi un diploma di scuola superiore.

[30]Naturalmente l'investimento maggiore è fatto in ambito artistico, anche se i gap di project management sono ben chiari. Se per il passato solo il 12% dichiara di non avere investito in formazione, il 30% del campione dichiara di svolgere oggi un percorso formativo. Il rimanente 62% non lo sta svolgendo, per motivi principalmente di ordine economico e di tempo/orari. Sul futuro il campione è distribuito al 50% tra chi pensa di investire in formazione e chi invece non ha ancora pianificato nulla.

[31]Del campione, solo il 15% ritiene che esistano sul territorio strutture/offerte adeguate in ambito tecnico, artistico e gestionale; un 35% addirittura esprime un'opinione negativa.

LA PRODUZIONE CULTURALE

3.1 La produzione culturale e le sue filiere

L'analisi delle modalità "produttive" dei diversi sub-settori della cultura, per ciò che concerne l'editoria, la produzione audiovisiva, il teatro, la musica e i festival, si basa sul censimento annuale direttamente realizzato dall'Osservatorio tramite questionari. I dati risultanti dai censimenti sono stati integrati con informazioni qualitative ricavate da interviste con testimoni privilegiati.

Per quanto riguarda i censimenti, i soggetti monitorati sono stati individuati utilizzando diverse fonti, dalle banche dati presenti presso regione, enti locali e 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 esaustivamente 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 inseriti nella banca dati dell'Osservatorio, controllati ed analizzati, hanno permesso l'elaborazione delle stime di cui si dà conto nei paragrafi successivi.

3.2 L'EDITORIA LIBRARIA E DI PRODOTTI MULTIMEDIALI

Nel 2002 il fatturato stimato per il comparto editoriale in Piemonte è di circa 795 milioni di euro, in lieve flessione rispetto al 2001. Si conferma anche una lenta e graduale contrazione del personale addetto. Il numero di soggetti censiti dall'OCP per il 2002 è in leggera diminuzione rispetto al 2001, in parte a causa di una mortalità delle imprese non più compensata dalla pur elevata natalità, in parte a causa dei processi di acquisizione e fusione, fenomeni ormai frequenti tra le imprese editoriali. Il Piemonte è in Italia al quinto posto per la presenza di soggetti impegnati nell'editoria, con uno slittamento di due posizioni rispetto all'anno precedente, mentre resta preminente il peso di Torino, terza città in Italia dopo Milano e Roma per numero di imprese impegnate nel settore.
Il Piemonte occupa il secondo posto a livello nazionale per numero sia di titoli prodotti (12,7%), sia di copie stampate (16,8%). Le imprese piemontesi operano in tutti i principali segmenti del mercato librario (varia, specializzata, scolastica, scientifica), oltre che nella produzione, ad opera soprattutto di imprese piccole e piccolissime, impegnate nella conoscenza del territorio e nella diffusione del patrimonio regionale.
Il 2002 è stato il secondo anno di sperimentazione della legge sul prezzo fisso, nonché del "fenomeno edicola". Fattori di forte impatto sul settore che impongono una riflessione e che offrono nuovi indirizzi di sviluppo. Coinvolte dunque da dinamiche di portata ben oltre che regionale, le strategie di sviluppo delle imprese del Piemonte e i loro effettivi risultati in termini aziendali appaiono alquanto differenti e solo in parte legati alle dimensioni e ai segmenti in cui operano.

L'indagine OCP per il 2002, condotta tra la fine del 2003 e l'inizio del 2004 attraverso l'invio di questionari mirati e interviste a testimoni privilegiati, prende in considerazione 206 editori di prodotti librari e multimediali distribuiti sul territorio regionale, ad esclusione di quelli che non raggiungono i 5 titoli in catalogo o la cui produzione è limitata a pubblicazioni periodiche o multimediali. Sono inoltre esclusi istituti, enti e associazioni la cui produzione è circoscritta alla stampa di pubblicazioni finalizzate a documentare la propria attività.
Al fine di fornire un quadro del settore il più possibile articolato e realistico, si è scelto di affiancare ai dati quantitativi ed alla loro interpretazione una descrizione dei fenomeni generali che investono il settore. Le fonti utilizzate per tali considerazioni provengono dai sei anni di censimenti condotti dall'OCP, dagli studi degli esperti del settore e da colloqui con testimoni privilegiati. Con la descrizione che segue si intende fornire un quadro che contribuisca a leggere e contestualizzare i dati quantitativi raccolti, oltre che a suggerire i punti di riferimento utili a comprendere ciò che si muove nel complesso arcipelago dell'industria culturale.

Il mercato

Il mercato editoriale librario italiano è segnato da una generalizzata debolezza. A livello nazionale l'aumento in termini di fatturato delle imprese, costante fino ai primi anni Novanta, non trova corrispondenza nei risultati aziendali degli ultimi anni, caratterizzati da un andamento più discontinuo, in calo oppure in crescita tanto lieve da non riuscire a compensare l'inflazione. I motivi di tale stabilità (che in un mercato imprenditoriale assume i connotati negativi della staticità) sono molteplici: dalla storica ristrettezza del mercato della lettura in Italia (vi è chi ipotizza che l'offerta abbia addirittura raggiunto una soglia critica del consumo[1]), alla contrazione dei consumi registrata negli ultimi anni. In tal senso i dati di fatturato delle imprese piemontesi rilevati dall'OCP dal 1998 al 2002, sostanzialmente invariati, sono in linea con quanto stimato a livello nazionale. Nel 2002, a fronte di un fatturato valutato a livello nazionale in 3.550 milioni di euro (+1,1% rispetto al 2001), il Piemonte registra un fatturato che si aggira intorno ai 795 milioni di euro (-2%)[2].

[1] Ufficio Studi AIE, *L'editoria libraria in Italia*, 2002.

[2] Per un'analisi nel dettaglio dei dati di fatturato si veda più avanti il paragrafo Fatturato e addetti.

La lettura

L'Italia, pur con considerevoli scostamenti sul piano regionale, presenta uno dei tassi di lettura più bassi del mondo occidentale, nonostante la progressiva espansione dei livelli di alfabetizzazione e di scolarizzazione della popolazione. Solo il 40,9%[3] degli italiani legge infatti almeno un libro l'anno, mentre in altri Paesi europei quali Francia, Germania e Gran Bretagna la percentuale si aggira intorno al 70%[4]. Su questa situazione di debolezza storicamente stratificata si sono recentemente innestati nuovi fenomeni: in particolare l'introduzione di nuove tecnologie che, oltre ad aver cambiato i comportamenti di consumo, ha determinato un cambiamento nei canali di produzione e accesso ai contenuti editoriali.
La realtà del mercato[5] con cui l'editoria italiana deve confrontarsi è dunque composta da un ristretto numero di "lettori forti" (circa 2,9 milioni di persone che dichiarano di leggere più di 12 libri l'anno), un abbondante numero di "lettori deboli" (circa 11,8 milioni di persone che leggono da 1 a 3 libri l'anno) e infine dai "lettori morbidi" (che dichiarano di leggere solo letteratura di genere, come "gialli", "rosa", fantascienza, manualistica leggera o guide turistiche) che, stimabili in circa 6 milioni di persone, rappresentano il mercato potenziale su cui puntare per un allargamento della lettura.

In questo quadro il Piemonte, pur restando ben al di sotto dei valori europei, si situa tra le migliori posizioni in termini di consumo (il 49,2% della popolazione dichiara di leggere almeno un libro l'anno), elemento che sembra confortato da un positivo dato correlato che individua nell'assorbimento delle vendite in libreria dell'area commerciale regionale l'8,8% del totale nazionale[6].
A partire da tale situazione, per orientare il settore in difficoltà, gli studi più recenti indicano come possibili soluzioni da un lato lo sviluppo del mercato potenziale dei "lettori morbidi", cioè di quella parte della popolazione che di fatto consuma contenuti editoriali senza averne percezione diretta, ad esempio cominciando a studiare le connessioni tra il consumo di tecnologie e la lettura[7], dall'altro l'individuazione e la creazione di nuovi canali di vendita.

Gli editori

Dietro al termine "editore" si apre un universo variegato in molti sensi: esistono infatti imprese diverse per dimensioni, per fatturato e quindi per modello di gestione (dalle multinazionali alle numerose piccole ditte individuali che contano su 1 o 2 addetti), ma anche per settore d'intervento e pertanto per mercato cui si rivolgono; imprese diverse conseguentemente anche per le strategie e le visioni che sottendono l'attività di ognuna. Diverso infine è il peso attribuito all'attività editoriale, secondo i casi *core business* o attività strumentale e secondaria. Ciò che accomuna il mestiere dell'editore così come tradizionalmente inteso è sostanzialmente la funzione di mediatore di contenuti, veicolati da chi li produce a chi li consuma.
Il numero di soggetti censiti dall'OCP per il 2002 (206) è in lieve diminuzione rispetto a quello censito per il 2001, coerentemente con un fenomeno già riscontrato nel corso delle precedenti indagini: la contrazione degli operatori censiti si deve in parte al progressivo raffinamento dei metodi di indagine, in parte alla già riscontrata mortalità delle imprese, in parte infine alle dinamiche interne al mercato. Caratteristiche più volte rilevate come tipiche del settore: da un lato l'elevata mortalità delle imprese sembra non più essere compensata da un'altrettanto elevata natalità[8], dall'altro acquisizioni e fusioni non riguardano solo gli operatori di medie grandi dimensioni (UTET e Piemme, per citare le più importanti avvenute nel corso dell'anno), ma anche marchi più piccoli. Un modesto calo, o comunque un rallentamento della crescita, sembra essere confermato anche dalle cifre riportate da Giuliano Vigini[9], il quale rileva la presenza in Piemonte di 418[10] editori (il 7,9% del totale in Italia) numero che nel 2003 pone il Piemonte al quinto posto per esistenza di soggetti impegnati

[3] Fonte: Elaborazioni AIE su dati ISTAT (Indagine multiscopo).

[4] *Tendenze del mercato del libro e della lettura in Italia*, in "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. (http://www.italiapianetalibro.it/modules.php?name=Sections&sop=viewarticle&artid=11).

[5] Fonte: Elaborazioni AIE su dati ISTAT (Indagine multiscopo).

[6] G. Vigini, *L'editoria in tasca*, 2004, p. 23.

[7] *Rapporto 2004*. Osservatorio AIE editoria digitale.

[8] Cfr. *Relazione Annuale*, edizioni 2001 e 2002.

[9] G. Vigini, cit, p.12.

[10] La discrepanza tra i dati citati da Vigini e quelli considerati dall'OCP si deve ai differenti criteri utilizzati nella selezione dell'universo di riferimento che, nel caso dell'Osservatorio, lo ricordiamo, considera solo gli editori che, con almeno 5 titoli in catalogo, producono in parte o esclusivamente libri. A questo va aggiunta la presenza numericamente rilevante di marchi editoriali che, pur continuando ad esistere nonostante di fatto non godano più di autonomia societaria, non sono censiti dall'OCP in quanto acquistati, assorbiti o comunque confluiti in altri gruppi editoriali.

nell'editoria, con uno slittamento di ben due posizioni a favore di Emilia Romagna (457) e Toscana (448) rispetto all'anno precedente. È dunque possibile affermare che il tasso di natalità delle case editrici non sembra più in grado di riequilibrare la mortalità che riguarda soprattutto le piccole e piccolissime imprese. Se questa è la posizione del Piemonte nel complesso, resta tuttavia preminente il peso di Torino, città nella quale si concentra il 58% degli editori operanti in regione, terzo polo in Italia dopo Milano e Roma per numero di imprese impegnate nel settore.
L'universo censito dall'OCP è composto per il 40% da editori puri, mentre per il restante 60% l'attività editoriale è affiancata ad altre funzioni; il 48% di questi editori dall'attività mista si occupa principalmente di editoria, mentre il 52% se ne occupa solo in misura marginale. La "migrazione" delle imprese da e verso settori più o meno contigui a quello editoriale, ipotizzata nel 2001 e riscontrata nel 2002, appare anche quest'anno confermata da un aumento della percentuale di editori dediti ad attività altre rispetto a quella strettamente editoriale (42% nel 2001, 58% nel 2002 e 60% nel 2003). Solo in parte legata alle dimensioni dell'azienda, tale "migrazione" si manifesta secondo i casi come una strategia di sopravvivenza o di sviluppo dell'impresa, che amplia la tipologia di prodotti e/o i servizi offerti nell'ottica di una diversificazione degli investimenti, di integrazione di punti chiave della filiera, o di apertura verso nuovi segmenti di mercato.

Distribuzione geografica

Le attività si trovano collocate principalmente a Torino e provincia, territorio che ospita complessivamente il 73% degli editori (il 59% solo nel capoluogo). Cuneo e Alessandria ospitano tra il 6 e il 7% del totale regionale, mentre le restanti province non superano il 2%.
Dal 1998 al 2003 si riscontra come la prevedibile concentrazione nel capoluogo non riguardi solo case editrici storiche, ma anche le nuove imprese, l'80% delle quali nasce a Torino e provincia, area in cui si genera il 53% del fatturato ed è impiegato il 68% degli addetti.

Fatturato e addetti

Il fatturato complessivo afferente alle attività editoriali in Piemonte per il 2002 è stimabile in circa 795 milioni di euro, in leggera flessione rispetto al 2001 (-2%). La lieve perdita non rappresenta però l'andamento del comparto nel suo insieme giacché, escludendo il principale gruppo editoriale[11] operante in regione, il fatturato complessivo sembra anzi registrare un leggero incremento (+3%). L'analisi di un campione di 45 imprese di medie e grandi dimensioni sul quinquennio sembrerebbe confermare il risultato positivo, segnando un aumento percentuale del 4,5%; i principali incrementi di fatturato si devono in realtà a un nutrito gruppo di imprese storiche, non necessariamente di grandissime dimensioni, che in anni non facili per il settore hanno saputo mantenere la propria posizione competitiva.
Gli addetti impiegati a vario titolo nelle imprese editoriali piemontesi sono poco meno di 2.600, con un decremento per il 2002 dello 0,1%, dato che conferma il perpetuarsi, pur in forma ridotta, del lungo processo di riduzione del personale che i censimenti fanno rilevare da alcuni anni. Tale contrazione è attribuibile a diversi fattori, il primo dei quali si individua nella sperimentazione di nuove forme contrattuali, peraltro tipica del settore culturale ancor prima di essere avviata in altri comparti produttivi[12], che rende spesso di difficile rilevamento la reale forza lavoro impiegata nella produzione e commercializzazione dei prodotti editoriali; in secondo luogo, la progressiva contrazione – volgendo al termine la fase delle esternalizzazioni innescata dall'introduzione nella filiera della nuove tecnologie – sembra inoltre da imputare a processi di ristrutturazione e di razionalizzazione organizzativa delle imprese, nella formula graduale della mancata integrazione nel naturale turnover del personale[13].

[11] Il gruppo De Agostini-UTET (l'acquisizione del gruppo UTET da parte di De Agostini è stata perfezionata nel 2002) può essere escluso dalle considerazioni sul mercato complessivo, poiché i dati economici ad esso relativi non sono di fatto confrontabili a causa del processo di ristrutturazione interna, che ha trasferito l'insieme delle attività editoriali nazionali ed estere nella sub holding De Agostini Editore.

[12] P. Ortoleva, *Lavorare nei media, produrre cultura*, Milano: Franco Angeli, 2003, p. 38 e seg.

[13] Al momento della redazione della presente indagine non sono ancora rilevabili nelle statistiche le riduzioni del personale relative alle ristrutturazioni dei due (ora unificati) principali gruppi editoriali operanti in Piemonte. Tale riduzione degli addetti sarà infatti realizzata gradualmente tra il 2003 e il 2004 principalmente attraverso prepensionamenti e riduzione degli orari a part-time.

Composizione

Dal punto di vista dimensionale, la composizione delle imprese del settore editoriale librario in Piemonte riflette senza particolari scostamenti quella del mercato italiano in genere: in Italia, su circa 2.860 case editrici attive[14], 4 grandi gruppi (Mondadori, Rcs Rizzoli, la piemontese De Agostini-UTET e Messaggerie Italiane) controllano circa il 90% del mercato del libro insieme ad altri 60 gruppi e case editrici medio-grandi.

Innanzi tutto si deve considerare come in Piemonte esista un ristrettissimo numero di imprese di grandissime dimensioni, caratterizzate di fatto da dinamiche estranee al settore culturale e piuttosto tipiche di tutti i grandi gruppi imprenditoriali legati alla comunicazione e fortemente market oriented. A questo gruppo, che numericamente rappresenta solo il 2%, si deve il 57% del totale di fatturato e il 43% degli addetti. Si tratta di imprese le cui dinamiche sono difficilmente assimilabili a quelle del resto del comparto, poiché operano anche in aree non necessariamente contigue a quella editoriale. Vi è poi un ristretto numero di editori di grandi dimensioni, con fatturato superiore a 15 milioni euro: si tratta di gruppi storici o comunque formatisi negli ultimi dieci o vent'anni (attivi nella "varia", nella "scolastica" e nel "rateale"), che rappresentano il 4% degli editori per il 27% del fatturato e degli addetti. Gli operatori di questo secondo gruppo sono a vario titolo interessati da fenomeni di concentrazione: la maggior parte di essi, pur con struttura societaria autonoma, è controllato in tutto o in parte da gruppi editoriali di rilevanza nazionale o internazionale. A questi primi due gruppi, complessivamente una dozzina di operatori, si deve l'84% circa del fatturato prodotto in Piemonte.

Terzo per dimensione è poi un nutrito gruppo di una trentina di editori di medie dimensioni, i quali rappresentano il 12% del fatturato e occupano il 17% degli addetti. Anche in questo caso si tratta di imprese attive nei segmenti della "varia", della "scolastica", dell'editoria specializzata e della letteratura per l'infanzia, raramente di recente fondazione. Anche a questo livello si assiste a fenomeni di concentrazione, che seguono logiche di rafforzamento competitivo attraverso il consolidamento della posizione acquisita in un determinato segmento di mercato. Tuttavia, diversamente da quanto accade per imprese di maggiori dimensioni, tale concentrazione appare di tipo orizzontale (si realizza attraverso varie forme di accordo con altre case editrici) piuttosto che verticale (con l'integrazione di vari punti chiave della filiera, dalla stampa alla vendita). È in questo gruppo che si riscontra il maggior incremento di fatturato (+6%), a dimostrare la dinamicità interna di un settore apparentemente stagnante: i migliori risultati si riscontrano negli editori che operano in uno o più specifici segmenti. Vi è infine un numeroso e composito gruppo di piccole o piccolissime imprese, che rappresentano l'80% del totale degli editori per il 3% del fatturato. Qui, accanto ai micro o pre-editori che fanno editoria ad integrazione di altri core business, si trovano operatori che rispondono ai bisogni sempre più specializzati e segmentati della domanda, con l'offerta di opere a piccole tirature (1.500-2.000 copie) che per i grandi editori – dotati di un chiaro progetto editoriale e che di norma pubblicano da 1 a 10 titoli l'anno – sarebbe antieconomico pubblicare. Sebbene esclusa dal censimento OCP, è infine opportuno ricordare la presenza di una "editoria diffusa" legata ad enti pubblici, associazioni, fondazioni, banche, istituti religiosi, centri di documentazione, biblioteche, che costituisce un'offerta culturale a margine rispetto ai normali circuiti di distribuzione del libro.

La produzione

Nel 2002 sono stati pubblicati in Italia[16] circa 55.000 titoli, per un numero di copie pari a circa 250.000. Dopo la Lombardia, il Piemonte occupa il secondo posto a livello nazionale

[14] Ufficio Studi AIE, *Rapporto sulla piccola e media editoria in Italia*, 2003. Nel 2001, delle oltre 4.000 case editrici esistenti, il 30% circa non ha pubblicato alcun libro nel corso dell'anno.

[15] *Offerta editoriale e produzione libraria*, in "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 (http://www.italiapianetalibro.it/modules.php?name=Sections&sop=viewarticle&artid=85#case).

[16] Per i dati sulla produzione la fonte è ISTAT, *La produzione libraria nel 2001* e dati provvisori 2002.

con il 12,7% dei titoli prodotti e il 16,8% delle copie stampate. Pur senza definire un percorso del tutto lineare, i dati raccolti dal 1995 ad oggi confermano una sostanziale stabilità nel numero di titoli e una progressiva contrazione del numero di copie stampate (-1,3% medio annuo)[17]. In questo quadro il Piemonte si situa tra le prime tre regioni, con una tiratura media per il 2002 di circa 6.400 copie[18]. Come lecito aspettarsi dalla distribuzione geografica degli editori, nella provincia di Torino si produce il 71% dei titoli, mentre la posizione di Novara (seconda provincia del Piemonte con il 17% dei titoli) si deve in gran parte alla presenza del gruppo De Agostini. Nella provincia di Asti si produce il 7% dei titoli, mentre le restanti province si attestano tutte tra l'1 e il 2%.

I libri che allegano alla pubblicazione a stampa un supporto elettronico[19] sono una quota minoritaria della produzione editoriale complessiva. A livello nazionale, l'incidenza sul totale delle opere di questo tipo, dopo una fase di crescita costante nella seconda metà degli anni Novanta, sembra ora stabilizzata intorno al 4,5% (valore costante tra il 2000 e il 2002). Per la maggior parte si tratta di CD ROM, circa il 44% del totale dei supporti. Il Piemonte è la seconda regione per produzione di libri con allegati su supporti elettronici, con il 13,6% dei titoli di questo genere prodotti in Italia.

Le imprese piemontesi operano in tutti i principali segmenti del mercato librario: "varia", "specializzata", "scolastica", "scientifica". Nell'elenco delle prime dieci imprese per dimensioni di fatturato dell'intero Paese operanti in ciascun settore, figurano almeno uno o due editori del Piemonte[20].

L'editoria scolastica è un comparto in trasformazione, caratterizzata da fenomeni di concentrazione, sensibile ma non eccessiva se paragonata ad altre situazioni europee; il processo di acquisizione e di concentrazione dei marchi scolastici tende a razionalizzare l'offerta editoriale (7 gruppi editoriali controllano il 75% del mercato in Italia). Rispetto ad altri segmenti, questo segmento registra un basso numero di nuove edizioni (34%), dunque un basso turnover del catalogo (0,04)[21]. In Piemonte (che produce il 17% del totale dei titoli del comparto) sono presenti alcune imprese storiche, in parte controllate da gruppi con sede fuori regione (è il caso della Loescher, collegata alla emiliana Zanichelli, che mantiene tuttavia sede e produzione a Torino). Il peso economico di questo segmento è particolarmente rilevante (26%), benché l'incidenza sul totale del valore prodotto[22] mostri negli ultimi tre anni una tendenza a decrescere (35% nel 1998, 31% nel 1999 e 26% nel 2000).

I libri per bambini e ragazzi sono un mercato altamente competitivo, rappresentato in Piemonte da numerose case editrici (il 4% del valore totale della produzione nel 2000): dalle più grandi come Paravia Bruno Mondadori (frutto dell'unione delle due case, una torinese l'altra di Milano) e Piemme (dal 2002 controllata da Mondadori), a quelle di medie e piccole dimensioni come Interlinea di Novara, ecc. .

L'editoria cosiddetta "varia" (in Piemonte forte di case storiche come Einaudi o Bollati Boringhieri) si caratterizza per un alto *turnover* del catalogo. È il segmento che nel 2002 ha più sofferto del cosiddetto "fenomeno edicola", con un decremento del numero delle copie vendute poi recuperato in termini di fatturato dal cambiamento della composizione delle vendite[23].

L'editoria specializzata, infine, è un segmento dove restano importanti anche case editrici di medie dimensioni, che godono di un rapporto ravvicinato con i propri acquirenti e hanno una produzione rivolta a nicchie di mercato altamente specialistiche: in Piemonte tale segmento è rappresentato da editori come Allemandi, Giappichelli, Centro Scientifico, Minerva Medica, ecc. .

Un discorso a parte meritano infine gli editori, normalmente piccoli e piccolissimi, che si rivolgono ad un mercato locale, con una notevole e varia produzione nell'ambito della conoscenza del territorio e della diffusione del patrimonio regionale. Tale tipologia di produzione segue infatti dinamiche parzialmente diverse da quelle che riguardano settori di produzione rivolti al mercato nazionale e internazionale, poiché beneficia della possibilità di misurarsi in un ambito ristretto, caratterizzato da una domanda piuttosto stabile e più alla portata di piccole realtà produttive.

[17] Fonte: Ufficio Studi AIE, *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia*, 2003.

[18] Anche il dato sulla tiratura è fortemente influenzato dalla presenza del gruppo De Agostini: nella provincia di Novara, dove il gruppo ha sede, si registra un valore di oltre 11.000 copie, dato che incide notevolmente sulla tiratura media regionale.

[19] I supporti considerati dall'ISTAT per queste rilevazioni sono: audiocassette, videocassette, floppy disk, CD musicali, CD ROM, altro (ad es. siti web dedicati, ecc).

[20] Ufficio Studi AIE, *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia*, cit., p. 109.

[21] La consistenza produttiva e il radicamento di una casa editrice nel proprio mercato sono rappresentati rispettivamente dalla quantità delle novità pubblicate ogni anno e dal numero dei titoli presenti nel catalogo. Il rapporto tra il numero delle novità e il numero dei titoli in catalogo fornisce l'indice di rotazione dei titoli nel catalogo dell'editore (turnover). Fonte: "Italia Pianeta Libro", cit.

[22] Fonte: ISTAT, *La produzione libraria in Italia 2001*.

I canali di vendita

L'area che più sembra aver subito cambiamenti negli ultimi anni è quella dei canali di vendita. Se i canali diretti (rateale, corrispondenza, ecc.) rappresentano da sempre una parte minoritaria del mercato, è negli indiretti (librerie, grande distribuzione, edicola, ecc.) che si assiste alle più profonde trasformazioni: pur in diminuzione, quasi la metà del fatturato proviene ancora delle librerie, ma la diffusione di nuovi canali come la grande distribuzione, le edicole e Internet (ma anche gli stessi mutamenti all'interno delle librerie) sembra indicare un quadro in movimento e che a pieno titolo coinvolge il Piemonte con le sue 178 librerie, che rappresentano il 9,7% del totale degli esercizi nel Paese.
Il 2002 è stato il secondo anno di sperimentazione della legge sul prezzo fisso[24], fattore che ha in qualche modo inciso, unitamente ad altri, sulle trasformazioni del canale libreria: la formula del *franchising*, del "Club del Libro", e ancora gli ammodernamenti e il rafforzamento del marchio per dare visibilità e riconoscibilità, sono le principali strategie adottate dalle grandi librerie di catena così come da quelle indipendenti, nel tentativo di attrarre e fidelizzare un pubblico ristretto e conteso (solo il 33% degli italiani ha comprato almeno un libro nel 2002[25]). Sempre per effetto della legge sul prezzo fisso sembra infine in lieve calo la quota parte di libri venduti nella grande distribuzione, che per il 2002 non ha potuto puntare sulla leva degli sconti.

Il 2002 è stato infine l'anno del fenomeno dei libri allegati ai quotidiani: ai circa 100 milioni di copie di libri vendute[26], valore in linea con quanto rilevato negli anni precedenti, si sono aggiunti 44 milioni di copie vendute in edicola, la maggior parte delle quali dovute ad operazioni che associavano prodotti librari ai quotidiani. Il successo in certo modo inaspettato di queste operazioni editoriali, dovuto a molteplici fattori (prezzi contenuti, selezione "guidata" di testi di qualità, abbattimento della soglia psicologica del non lettore, capillarità di diffusione sul territorio, ecc.), stimola ad alcune riflessioni sull'influenza di fattori economici esterni all'ambito culturale da un lato e dall'altro sulle possibilità che sembrano aprirsi per il mercato editoriale. L'idea di associare libri ai quotidiani è nata da esigenze commerciali legate al calo degli introiti pubblicitari per la carta stampata, e dalla conseguente necessità per la stampa periodica di individuare nuove fonti di reddito. Realizzata come operazione commerciale di un singolo gruppo, l'iniziativa ha conseguito un tale successo da essere presto imitata da altre testate, producendo un vero e proprio fenomeno culturale. Si stima[27] che il 3% del totale degli acquirenti di libri abbiano acquistato esclusivamente in edicola. Appare dunque evidente che l'importanza del canale edicola stia non tanto o non solo nei risultati (in termini di copie vendute così come di fatturato) ottenuti nel 2002 e comunque mantenuti elevati nel 2003, quanto piuttosto nel fatto che la sperimentazione ha portato almeno temporaneamente nuovi clienti al mercato librario. Se si pensa che i lettori sono più numerosi nelle aree metropolitane (44,5%) che nei piccoli centri (la media dei lettori scende al 34% nei comuni al di sotto dei 2.000 abitanti) e che il 90% dei comuni italiani è al di sotto dei 15.000 abitanti (considerato bacino d'utenza minimo affinché la presenza di una libreria sia remunerativa), si capisce bene come l'edicola appaia a molti come un canale innovativo e privilegiato, in quanto folto (34.000 punti vendita contro le 1.827 librerie[28]) e capillarmente diffuso sul territorio.

Se in conclusione la legge sul prezzo fisso e il fenomeno dei libri allegati ai quotidiani nel 2002 sembrano aver influito negativamente sull'andamento delle vendite in libreria (calo stimato in termini di copie vendute dell'1,1%, con picchi del 10% per gli esercizi più piccoli), è pur vero che non hanno intaccato altri settori (ad esempio gli acquisti su Internet, scelti dall'1,6% degli acquirenti contro lo 0,8% del 2001) e hanno anzi incentivato il rinnovamento dei canali di vendita e stimolato riflessioni sulla necessità di trovare formule che permettano di raggiungere quote sempre più ampie di pubblico.

[23] Cfr. G. Peresson, *Intanto il prezzo fisso continua*, in Tirature '04, 2004.

[24] La legge 62/2001, che stabilisce lo sconto massimo applicabile alla vendita di libri, è stata prorogata al 31 dicembre 2004 per valutarne gli effetti sul mercato editoriale.

[25] Fonte: Ufficio Studi AIE, *Rapporto sullo stato dell'editoria in "Italia"*, Giornale della Libreria, Quaderno 5, 2003.

[26] Fonte: Ufficio Studi AIE. La stima non comprende libri scolastici, manualistica universitaria, libri acquistati da biblioteche e studi professionali, il rateale, l'usato, ecc. .

[27] Fonte: Ufficio Studi AIE, *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia*, cit. .

[28] Cfr. G.Vigini, cit, p. 31.

Le dinamiche in atto

A giudicare dai dati statistici, l'editoria si dimostra un settore stabile, se non stagnante: un mercato ristretto che non dà segni di evoluzione, segnato da una tendenza alle concentrazioni di impresa che acuisce la debolezza dei piccoli editori, da una produzione sovradimensionata rispetto alla domanda e caratterizzato da un sistema di filiera basato su processi sostanzialmente immutati negli anni che, pur ottimizzati dall'introduzione delle nuove tecnologie, tendono a scontrarsi con i problemi storici della distribuzione e della visibilità. Tuttavia, se il quadro quantitativo è realistico, non è sufficiente ad illustrare le dinamiche in atto.
Anche considerando che la convergenza verso la "filiera dei contenuti" sia un processo lontano a venire, o comunque applicabile a pochi soggetti e non generalizzabile all'intero settore[29], vi sono segnali che individuano nuove linee di sviluppo per il mercato editoriale in due principali direzioni: da un lato l'ottimizzazione dei processi attraverso i mutamenti introdotti dalle nuove tecnologie, dall'altro la capacità di rispondere agli stimoli del mercato (politiche dei gruppi, crescente flessibilità richiesta alle imprese, crisi economica, impatto delle nuove tecnologie sui consumi, ecc.).

Come anticipato, negli ultimi anni la filiera non ha cambiato sostanzialmente struttura: dalla selezione dei contenuti alla loro redazione, dalla stampa (oggi normalmente svolta all'esterno) alla diffusione e distribuzione (attraverso operatori specializzati) e infine alla vendita nei vari canali. L'innovazione nella filiera appare in realtà avvenire su diversi piani e sotto la spinta di diversi fattori. Per le fasi iniziali, quelle relative all'attività produttiva vera e propria, si tratta di innovazioni di processo dovute all'introduzione di nuove tecnologie, che ad oggi possiamo considerare piuttosto consolidate: se è vero che la fase di selezione è rimasta immutata tranne che per specifici segmenti (come la scolastica, che grazie alla replicabilità dei contenuti può contare su programmi di archiviazione di testi e immagini), le fasi redazionale e di stampa hanno subito al contrario radicali trasformazioni grazie alla diffusione ormai capillare del *desktop publishing*, che permette di effettuare tutte la fasi della lavorazione su una piattaforma digitale comune (grafica, redazione, correzione di bozze e impaginazione e stampa). La stessa distribuzione, punto di strozzatura del sistema, sta faticosamente cambiando nel senso di una maggiore efficienza, grazie alla diffusione di software specifici come Arianna che permettono un collegamento diretto tra editori, distributori e librai: un miglioramento dell'informazione che ha portato negli ultimi anni alla riduzione del fenomeno dei resi, una questione spinosa per editori e librai che impone gravosi passaggi a ritroso attraverso l'intera filiera.

Diverso il discorso per l'ultima parte del sistema. Verso la fine degli anni Novanta si pensava che le nuove tecnologie fossero la vera via di innovazione per il mercato editoriale: il Print On Demand (POD) per il problema dei resi, l'archiviazione digitale dei contenuti per la divulgazione multisupporto, la diffusione e distribuzione via Internet, ecc. . In realtà si rileva da più parti come il peso delle nuove tecnologie sia stato certo enorme, come in ogni comparto della vita non solo produttiva del Paese, ma forse non all'altezza delle aspettative. Esso ha certo portato a innovazioni nei processi produttivi cui si è accennato, così come nell'organizzazione del lavoro (ad esempio nei rapporti con redattori e traduttori, accelerati e "deterritorializzati" dalla posta elettronica), ma nei canali di vendita (con Internet) e nei prodotti (gli e-book) non si è verificata la rivoluzione attesa.

Tuttavia, senza voler negare l'evidente importanza che assumono gli investimenti nelle nuove tecnologie, le maggiori opportunità di sviluppo sembrano oggi riguardare l'ultima parte della filiera e provenire da fattori più squisitamente di mercato, pur innestati nelle specificità del settore culturale, oltre che naturalmente dalla capacità che le singole imprese hanno di posizionarsi in un contesto mutevole e altamente competitivo.

[29] Si veda la *Relazione Annuale 2002*.

Fattori esterni al settore, inaspettati e in certo modo rivoluzionari come il moltiplicarsi dei canali di vendita, e fenomeni di enorme portata come il boom delle vendite in edicola, nati da esigenze estranee alla produzione culturale in sé, conducono dunque a trasformazioni interne al settore offrendo nuovi indirizzi di sviluppo. Lo studio e la conoscenza dei comportamenti di acquisto dei lettori (e dei non lettori) possono portare a nuove strategie in grado di rispondere alle regole di mercato così come alle esigenze culturali che in ultima istanza presiedono alla produzione culturale. Segni di questi mutamenti si colgono anche nella realtà piemontese, come dimostrato dalla gestione imprenditoriale e intersettoriale di un gruppo quale De Agostini e dalla realizzazione di collane studiate per determinate categorie di non lettori[30], dalle forme di associazione di piccoli editori per la vendita on line[31] e dallo sviluppo di coedizioni e compravendita di diritti verso la quale si orientano oramai anche editori di dimensioni medio piccole.

In conclusione, nell'editoria come in ogni altro settore produttivo, l'evoluzione del mercato penalizza le piccole imprese, svantaggiate dalla strutturale carenza di risorse da dedicare agli investimenti necessari allo sviluppo. Tuttavia, ad uno sguardo d'insieme, le strategie di sviluppo delle imprese del Piemonte e i loro effettivi risultati in termini aziendali appaiono alquanto differenziati e solo in parte legati alle dimensioni e ai segmenti in cui operano. L'integrazione verticale della filiera, il consolidamento di canali specifici secondo il tipo di acquirenti e la creazione di collane create ad hoc per segmenti di mercato inesplorati sono certo fenomeni legati a fattori dimensionali. Tuttavia, dall'analisi degli andamenti di fatturato sul quinquennio di imprese di diverse dimensioni, emerge un quadro composito in cui l'effettiva riuscita di un determinato progetto editoriale si può attribuire all'iniziativa culturale e alle capacità imprenditoriali dei singoli piuttosto che alle dimensioni. Al di là delle macrodinamiche comuni secondo fasce dimensionali, il dato più interessante si individua forse nella discontinuità dei risultati delle singole case editrici, che ne suggerisce la forte dipendenza dai repentini cambiamenti del mercato: di anno in anno sono la rapidità e l'efficacia con cui si sanno cogliere le opportunità che fanno la differenza, e spesso la sopravvivenza, di un'impresa editoriale.

[30] A questa logica risponde ad esempio CORPO 16, collana a grandi caratteri realizzata dall'editrice Angolo Manzoni e rivolta a quel particolare segmento dei non lettori che dichiarano tra i motivi della non lettura la difficoltà a leggere i caratteri troppo piccoli. Si tratta di un mercato significativo se si pensa che al calo tendenziale della lettura con l'avanzare dell'età si contrappone, per una parte della popolazione entrata in età di pensione (60 - 64 anni), una maggiore disponibilità alla lettura, dimostrata dall'alto indice di lettori "forti" maschi (14,4%) e femmine (18,4%).

[31] È il caso di collaborazioni a vario titolo tra editori diversi per la promozione e la vendita di libri che solo con difficoltà accedono alla distribuzione nazionale. Tali collaborazioni (come Boxer libri, un progetto nato dall'editore Marco Valerio che si propone come libreria virtuale per la vendita diretta delle opere di alcuni editori associati) possono fondarsi anche sulla base di affinità tematiche (è il caso di Astilibri.it, portale che permette l'acquisto on line delle opere di 21 piccoli editori piemontesi).

3.3 Produzione audiovisiva

Per l'anno 2002 l'OCP ha preso in considerazione le 70 aziende afferenti alla produzione audiovisiva monitorate nel 2001; di queste, 61 risultano ancora operanti nel settore in ambiti e con funzioni differenti. Rispetto all'anno precedente il numero di soggetti monitorati si è dunque ulteriormente assottigliato sia in seguito alle cessazioni di attività, sia per la migrazione verso altri ambiti del settore non strettamente legati alla produzione audiovisiva, come ad esempio il noleggio e commercio di attrezzature varie. A differenza degli anni precedenti, non si è potuto arricchire il monitoraggio con nuovi soggetti a causa di una sempre crescente difficoltà ad individuare gli operatori che si affacciano al mondo della produzione audiovisiva[32]. La scarsità di informazioni disponibili (cataloghi o elenchi di categoria) relative ad aziende operanti nello specifico ambito della produzione rende infruttuosa qualsiasi ricerca di nuovi soggetti da monitorare[33] svolta attraverso i tradizionali sistemi di rilevamento dati.
Oltre al passaparola e alle conoscenze specifiche degli operatori del settore intervistati, l'unico strumento a disposizione è rappresentato dal web, che però pone con forza il problema della definizione delle attività e degli ambiti operativi dei nuovi nati. Tuttavia, dall'analisi delle interrogazioni dei principali motori di ricerca disponibili su Internet, emergono due elementi strettamente correlati: in primo luogo la difficoltà di individuazione di nuovi operatori sul territorio induce a pensare che il settore sia prossimo alla saturazione anche per quanto riguarda possibili nicchie di mercato; come conseguenza, se le difficoltà di individuazione sono il segno di una reale ed effettiva mancanza di nuovi operatori, è ipotizzabile che il processo attraverso il quale nascono nuove aziende nel settore della produzione audiovisiva non sia più di tipo tradizionale. Fino agli inizi degli anni Novanta il *core business* delle aziende era principalmente rappresentato dalla produzione e post-produzione video, mentre lo sviluppo successivo dell'impegno produttivo si spostava nel corso degli anni coprendo progressivamente molti altri settori della comunicazione per adattarsi alle istanze del mercato[34].
Ad oggi il prodotto audiovisivo non sembra più essere il prodotto principale, ma uno strumento complementare ed intergrato in una vasta gamma di servizi che un'azienda può offrire ai propri committenti. In un contesto di progressiva e a volte repentina evoluzione tecnologica[35], parlare di produzione audiovisiva implica l'applicazione di parametri definitori estremamente rigidi che vanno sempre più a circoscrivere un nucleo ristretto di soggetti. Utilizzare un'ottica conservativa nello studio del settore può da un lato rendere possibile la restituzione di elementi dimensionali (bilanci economici, numero di addetti, ecc.), ma dall'altro privare di senso tali elementi e non rendere quindi conto della complessità della realtà produttiva. Tutto ciò comporta un cambiamento nell'osservazione del settore che per definizione (o per mancanza di definizione) non è delimitato ma integrato trasversalmente in tutta la filiera della produzione di contenuti (editoria, comunicazione, produzione musicale, ecc.).
Tali premesse si rivelano ancor più pertinenti alla luce dei risultati in termini quantitativi del monitoraggio eseguito per l'anno 2002.

Il fatturato complessivo dei soggetti monitorati ha subito una brusca battuta d'arresto nel 2002 attestandosi a **189,3 milioni di euro**, circa il 9% in meno rispetto al 2001. Analizzando i fatturati secondo classi dimensionali, si vede come oltre il 55% sia concentrato in un'unica azienda la cui incidenza percentuale rispetto al complesso dei soggetti monitorati è calata tuttavia di circa 10 punti a causa della pesante diminuzione del suo bilancio[36]. Il cattivo andamento dei mercati dei media e le difficoltà del settore pubblicitario, uniti alla generale crisi economica che ha investito uno dei più importanti gruppi industriali in regione e non solo, ha determinato una contrazione generalizzata del mercato traducendosi in una riduzione della capacità di spesa e di investimento dei committenti nella produzione audiovisiva.
Il numero di addetti complessivi conta circa 1.016 unità e mostra un aumento del 5% rispetto all'anno precedente, interamente dovuto all'azienda leader del settore[37]. Se si esclude dal conteggio tale azienda si ha una perdita di circa il 16%.

[32]Non esistono specifiche pubblicazioni con elenchi aggiornati sulle aziende afferenti al settore della produzione audiovisiva in Piemonte.

[33]Risultano poco attendibili anche le estrapolazioni dei nominativi delle ditte registrate presso le Camere di Commercio attraverso i codici di attività. Ancor più problematica risulta essere l'analisi dell'oggetto sociale che le aziende devono dichiarare al momento dell'iscrizione, in quanto comprensiva di una varietà estremamente ampia di possibili attività diverse.

[34]Cfr. *Relazione Annuale 1999*.

[35]Cfr. *Relazione Annuale 2001*.

[36]Il Gruppo Euphon S.p.A. ha subito un netto calo del fatturato (-24,5%) ed una riduzione della redditività.

[37]Il Gruppo Euphon S.p.A. ha aumentato il numero di addetti in seguito all'acquisizione di un'azienda.

Suddividendo le aziende monitorate per classi dimensionali relativamente al fatturato e agli addetti, è possibile tracciare dinamiche sostanzialmente differenti a seconda dei gruppi.

Nel primo gruppo[38] di 11 aziende, con bilanci superiori a un milione di euro, le tensioni del mercato hanno avuto effetti estremamente diversificati. Complessivamente la dimensione economica è di 76 milioni di euro, circa il 40% del fatturato totale dell'intero comparto. Rispetto all'anno precedente il gruppo registra un aumento del 24%, per lo più dovuto ad un'unica azienda oggetto di una fusione con una casa di produzione milanese. Anche non considerando questa anomalia, i dati del gruppo sono moderatamente positivi; al contrario le aziende con fatturati negativi sono quelle maggiormente impegnate nel settore pubblicitario. Il numero di addetti di questo gruppo è calato dell'8% in seguito alla riduzione del personale da parte di un'unica grande azienda, mentre le restanti mantengono per lo più il personale dell'anno precedente. La crisi del mercato pubblicitario, se da una lato ha effetti direttamente registrabili sui bilanci aziendali, non ha ripercussioni altrettanto immediate sul personale. Oltre a ciò, trattandosi di aziende di medie dimensioni le cui funzioni essenziali devono comunque essere garantite (non esistono in questo campo competenze pleonastiche), rinunciare anche solo ad un addetto significa pregiudicare lo svolgimento di parte delle attività. Visti i risultati estremamente positivi dell'ultimo triennio, con un fatturato complessivo passato da 46 milioni di euro nel 2000 a 76 nel 2002 a parità di addetti, sembrerebbe che tali aziende si siano ben adattate alle variazioni del mercato mantenendo una elevata flessibilità in termini di risorse umane e non strutturandosi dunque rigidamente sugli andamenti di breve periodo del mercato.

Il secondo gruppo, composto da 7 aziende con bilanci compresi tra un milione e 500.000 euro, ha una dimensione economica complessiva di quasi 6 milioni di euro, lo 0,6% in meno rispetto all'anno precedente. Sono aziende di medio-piccole dimensioni, con un numero medio di 8 addetti a struttura.

Il terzo gruppo è quello che maggiormente ha risentito delle contrazioni del mercato, perdendo circa il 30% rispetto all'anno precedente. Sono aziende con fatturati al di sotto dei 400.000 euro e con una media di 3 addetti. Delle 24 aziende monitorate nel 2001, 6 non risultano più in attività e le restanti registrano una perdita rispetto all'anno precedente di circa l'8% del fatturato e di circa il 6% degli addetti.
Il quarto e ultimo gruppo è composto da 18 aziende[39] di piccolissime dimensioni, con fatturati che superano di poco i 40.000 euro. Anche queste aziende chiudono il 2002 con una perdita del fatturato (-11%) e degli addetti (-12%) rispetto all'anno precedente.

Per un "sistema dell'audiovisivo" in Piemonte

Tracciare il quadro del settore audiovisivo in regione risulta un'operazione sempre più complessa non solo per le difficoltà evidenziate nei paragrafi precedenti[40], ma per un'oggettiva impossibilità a individuare caratteristiche riconoscibili come proprie del mercato piemontese, a causa di una estrema diversificazione della tipologia degli operatori sul mercato. I tratti comuni che sostanziano le attività peculiari delle aziende sono così rari da mettere in discussione il concetto stesso di settore audiovisivo. Più appropriato sarebbe parlare di "settore della comunicazione", intendendo con ciò non solo la tradizionale filiera dell'audiovisivo (inteso come processo di pre produzione, produzione e post produzione di materiale filmico su qualsiasi supporto), ma anche il sistema delle comunicazioni integrate, declinato principalmente nell'area dell'interattività on line e off line, della produzione di eventi e del *webcasting*[41], ambito di ricerca e di sperimentazione non ancora del tutto esplorato.
In un contesto in cui le aziende spaziano dalle attività di *web agency* alla prestazione di servi-

[38]Escluso il Gruppo Euphon, che per dimensione economica ed addetti risulta totalmente incomparabile con le altre aziende operanti in regione.

[39]Nel 2001 le aziende monitorate in questo gruppo erano 20.

[40]Cfr. 3.2 Editoria libraria e di prodotti multimediali.

[41]Con il termine *webcasting* si intendono le trasmissioni di contenuti audiovisivi (in particolare programmi televisivi) via Internet e attraverso eventuali servizi satellitari.

zi, dal noleggio delle attrezzature e all'affitto di teatri di posa al business to business[42], in posizione a volte intermedia tra l'agenzia di pubblicità e la casa editoriale multimediale, è possibile dunque parlare di un settore produttivo estremamente frammentato, in cui la concorrenzialità è limitata a un numero ristretto di operatori che occupano un medesimo segmento di mercato. Il dato è rafforzato dalle testimonianze di alcuni professionisti del settore che dichiarano di non essere a conoscenza delle attività (e in alcuni casi dell'esistenza stessa) di eventuali competitor a loro vicini.

Gli elementi che sembrano maggiormente significativi per spiegare questa mancanza di conoscenza del contesto in cui le aziende piemontesi operano sono la dislocazione geografica per quelle aziende che svolgono la loro attività in provincia e la dimensione economica dell'azienda, in termini di capacità organizzativa ed economica e di risorse umane, che rappresenta una barriera d'accesso agli investimenti in comunicazione dei grandi committenti nazionali ed internazionali. In particolare il posizionamento sul territorio sembra essere strategico per quelle aziende con sede nella zona del novarese e del vercellese, le quali attingono ad un bacino di committenze più allargato fuori regione e si pongono, non solo fisicamente, a metà strada tra Torino e Milano, mentre nel cuneese operano piccole case di produzione che offrono ampi e differenti servizi che spaziano dalla realizzazione di depliant e brochure, al servizio fotografico, alle riprese video ecc. .

Per quanto riguarda le dimensioni economiche delle case di produzione monitorate, a parità di bilanci gli ambiti operativi e i segmenti di mercato occupati sono totalmente divergenti. Per le aziende con fatturati considerevoli, in particolare afferenti al primo e secondo gruppo, non è possibile individuare situazioni e ambiti d'azione comuni tra gli operatori se non in pochi casi. Diversa è la situazione per il terzo gruppo di aziende, con fatturati più contenuti, ed in particolare per il quarto, con fatturati al limite della sopravvivenza. A differenza dei primi due gruppi, la concorrenza tra queste realtà risulta essere più evidente ed avere inoltre conseguenze più rilevanti, in quanto la perdita di una commessa può compromettere l'esistenza stessa dell'intera struttura.

Le conseguenze dirette di tale frammentazione consistono dunque nella scarsa conoscenza del quadro complessivo del settore da parte degli operatori in Piemonte e la costruzione di rapporti di collaborazione tra aziende in termini quasi esclusivamente strumentali. Dalle interviste agli operatori e dalla documentazione raccolta in regione sul settore emerge come a fronte di grandi investimenti, sia pubblici sia privati, in Piemonte non si sia ancora pienamente sviluppata una dimensione di "sistema" della produzione. Ad oggi, attorno alle emergenze produttive (centri di produzione, società di service, ecc.) e culturali strettamente connesse al settore audiovisivo (istituzioni, associazioni, festival, musei, ecc.) non si è ancora coagulato quel complesso di attività economiche in grado di garantire uno sviluppo continuo e strutturato del mercato regionale, che deve confrontarsi, a livello nazionale ed internazionale, con una concorrenza estremamente agguerrita.

[42] Con il termine *business to business* si intendono tutte quelle iniziative, nell'ambito dell'e-commerce, tese a integrare l'attività commerciale di un'azienda con quella dei propri clienti o dei propri fornitori.

3.4 Spettacolo dal vivo

Il quadro giuridico di riferimento

A partire dal gennaio 2000, per il teatro di prosa è entrato in vigore con Decreto Ministeriale del 4 novembre 1999, n. 470 il *Regolamento recante criteri e modalità di erogazione dei contributi in favore delle attività teatrali*, che individua i criteri e le modalità di erogazione dei contributi alle attività dello spettacolo su base triennale[43]. Per il comparto della musica, con il Decreto Ministeriale 10 giugno 1999, n. 239 è emanato il *Regolamento recante criteri per la ripartizione della quota del Fondo Unico dello Spettacolo destinata alle Fondazioni Liricosinfoniche, ai sensi dell'articolo 24 del decreto legislativo 29 giugno 1996, n. 367*, che determina la quota del Fondo Unico dello Spettacolo da assegnare in considerazione della misura dei contributi ricevuti in passato, delle caratteristiche dei progetti e dei programmi di attività, con proiezione triennale, sulla base di indicatori di rilevazione della produzione e del giudizio di qualità della medesima e, infine, valutando i costi degli organici funzionali, con esclusivo riferimento a quelli derivanti dal contratto collettivo nazionale di lavoro.
A ciò si aggiunga il fatto che il 2001 si presenta come un anno importante sia per quanto attiene l'attività legislativa in materia di spettacolo dal vivo intesa dal punto di vista regolamentare, sia per quanto attiene il riordino istituzionale e la definizione degli ambiti di competenza relativi allo Stato centrale, alle Regioni e agli Enti Locali.

La modifica al titolo V della Costituzione[44], con la quale sono riviste le competenze di Stato e Regioni, stabilisce che le attività culturali sono materia concorrente in ambito di legislazione: allo Stato spetta la potestà di legiferare in materia di spettacolo nel momento in cui deve salvaguardare l'unitarietà dell'azione amministrativa, mentre alle Regioni sono legati gli interessi delle comunità regionali, in virtù del principio di adeguatezza delle funzioni pubbliche, dell'interesse nazionale e del criterio di ripartizione delle materie[45].
Nel 2002 prende inoltre avvio un processo di regolamentazione in materia di legislazione sullo spettacolo dal vivo finalizzata a rispondere alle esigenze di efficienza degli operatori e di snellimento burocratico sul fronte procedurale. In particolare, tali interventi riguardano la disciplina delle **attività musicali**, che con il Decreto Ministeriale 8 febbraio 2002, n. 47 ha introdotto un nuovo *Regolamento recante criteri e modalità di erogazione di contributi in favore delle attività musicali*, in corrispondenza degli stanziamenti del Fondo Unico dello Spettacolo di cui alla Legge 30 aprile 1985 n. 163, che ha sostituito il Decreto del 19 marzo 2001, n. 191, vigente nel 2001, ed è entrato a regime nello stesso 2002, non essendo stata prevista una normativa di carattere transitorio. Il Decreto introduce la possibilità di scegliere tra programmazione annuale e triennale, a fronte di una valutazione annuale dei progetti, e prevede una maggiore elasticità nei criteri di giudizio, una maggiore attenzione alle attività di formazione e la semplificazione e razionalizzazione delle procedure.

Dal 1997 la **danza** ha ottenuto un fondo autonomo rispetto al settore musicale e dal 2001 ha visto l'assegnazione di un nuovo capitolo di spesa. Con il Decreto Ministeriale del 21 maggio 2002, n. 188 che ha introdotto il nuovo *Regolamento recante criteri e modalità di erogazione di contributi in favore delle attività di danza*, in corrispondenza degli stanziamenti del Fondo unico per lo spettacolo, di cui alla legge 30 aprile 1985, n. 163, si attua una razionalizzazione e semplificazione delle procedure per la contribuzione statale: tutte le attività di danza inquadrate nel nuovo Regolamento hanno la possibilità di scegliere tra una programmazione annuale o triennale (ad eccezione dei soggetti che svolgono attività di promozione e perfezionamento professionale per le quali è confermata l'annualità del finanziamento); il contributo è correlato ad una parte quantitativa ed è possibile presentare domanda e ottenere finanziamenti per attività diverse.

[43] Il detto Decreto attualmente non è più in vigore in quanto abrogato dal Decreto Legge 18 febbraio 2003, n. 24 convertito in legge, con Legge 17 aprile 2003, n. 82, e sostituito dal Decreto Ministeriale 27 febbraio 2003 recante *Criteri e modalità di erogazione contributi in favore delle attività teatrali, in corrispondenza agli stanziamenti del Fondo Unico dello Spettacolo, di cui alla Legge 30 aprile 1985, n.163.*

[44] Legge costituzionale 18 ottobre 2001, n. 3, Modifiche al titolo V della Costituzione, articolo 3.

[45] È proprio la Regione Piemonte che nel 2002 per prima vara un modello di attuazione del nuovo dettato costituzionale, con la realizzazione di un regolamento, coordinato alle norme nazionali, che delinea finalità di intervento, criteri di ammissione, assegnazione ed erogazione dei contributi legati alle esigenze e alle realtà del territorio.

Per la *prosa* rimane in vigore per tutto il 2002 il Decreto Ministeriale del 4 novembre 1999, n. 470, sostituito dal Decreto Ministeriale del 27 febbraio 2003, n. 28, che presenta tuttavia carattere transitorio in attesa che la legge di definizione dei principi fondamentali di cui all'art. 117 della Costituzione fissi i criteri e gli ambiti di competenza dello Stato, delle Regioni e delle autonomie locali in materia di spettacolo.
Le **attività circensi** e lo **spettacolo viaggiante** durante il triennio preso in considerazione sono inizialmente regolamentate dalla Circolare del 27 settembre 1989 n. 4804, sostituita nel 2002 dalla Circolare del 14 novembre 2002, n. 125; a partire dal 2003 è entrato in vigore il *Decreto Ministeriale 8 maggio 2003, recante criteri e modalità per l'erogazione di contributi in favore delle attività circensi*, in corrispondenza agli stanziamenti del Fondo Unico per lo Spettacolo, di cui alla legge 30 aprile 1985, n. 163, che fissa i criteri di attribuzione dei contributi in base a parametri qualitativi e quantitativi.
Inoltre, a partire dalla seconda metà degli anni Novanta, si sviluppa secondo modalità sempre più esplicite la consapevolezza che lo spettacolo dal vivo deve essere considerato quale bene di interesse collettivo, legittimando così il sostegno pubblico; tuttavia, emerge anche l'esigenza di valutare tale settore sotto il profilo economico, per stimarne l'efficacia nella gestione e la corrispondenza in relazione agli obiettivi individuati.

Il teatro

Nonostante il teatro di prosa non abbia mai goduto di una legge di disciplina del settore, nella stagione 1999-2000, dopo innumerevoli circolari annuali, è approvato con Decreto Ministeriale del 4 novembre 1999, n. 470 il *Regolamento recante criteri e modalità di erogazione dei contributi in favore delle attività teatrali*, come sopra riportato. Detto Regolamento è da considerare un'importante tappa nel processo di riorganizzazione del settore, a cui ha cercato di conferire una maggiore organicità e stabilità pluriennale.
Con il D.M. 470/99, oltre alla distinzione tra valutazione qualitativa dei progetti riservata alla Commissione Consultiva per il teatro – che può incidere per un massimo del 25% – e valutazione quantitativa – pari al 75% dell'ultimo contributo concesso nel triennio, se più favorevole, o della media dell'ultimo triennio – connessa ai costi sostenuti dagli organismi, è introdotta anche la valutazione dei progetti sulla base dell'anno solare, in corrispondenza, cioè, dell'esercizio finanziario, abbandonando il criterio della stagione teatrale, normalmente a cavallo di due anni solari[46].

Nell'indagine OCP, dove possibile, si è dato avvio ad una valutazione delle attività del comparto dello spettacolo dal vivo relativa al triennio 2000-2002, comprendendo nell'analisi esclusivamente le realtà attive nel 2002.
Al fine di meglio analizzare le dinamiche e gli sviluppi del settore teatrale si è attuata una distinzione delle realtà attive in regione in base a parametri di occupazione, attività e dimensione economica: si sono pertanto individuati tre gruppi, a cui si aggiunge il **Teatro Stabile di Torino**. Si deve infatti sottolineare come i dati a livello regionale si presentino fortemente condizionati dalla presenza dello Stabile, che da solo rappresenta oltre il 40% della dimensione economica dell'intero comparto[47], che nel complesso ammonta a 27.672.755 euro.
Il Teatro Stabile può quindi essere considerato come un soggetto a sé stante, avente caratteristiche produttive e organizzative assolutamente peculiari. La sua dimensione economica complessiva ha subito una contrazione del 19,2% dalla stagione 2001/2002 alla stagione 2002/2003, determinata in parte dall'assenza dei contributi per progetti speciali, in parte da una riduzione degli spettacoli del Circuito Regionale e dei contributi ad esso relativi a favore di una crescita della dimensione produttiva diretta, secondo una precisa scelta strategica. A fronte di una diminuzione della dimensione economica complessiva, lo Stabile registra un incremento degli incassi costante a partire dalla stagione 2000/2001 fino alla stagione 2002/2003 (rispetti-

[46]Questo mutamento ha comportato la necessità di apportare una serie di norme di raccordo, quali, tra le altre, quelle indicate all'art. 11 del D.M. 470/99.

[47]Si tenga tuttavia presente che i dati del Teatro Stabile 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.

vamente +9,3% e +7,8%), presentando un'espansione del 16,4% nel corso del triennio.
All'incremento degli incassi corrisponde una parallela crescita delle presenze, che nel corso del triennio aumentano del 24,4 % (secondo un andamento costante nel corso di ciascuna stagione: +10,8% dalla stagione 2000/2001 alla stagione 2001/2002 e +11,5% dalla stagione 2001/2002 alla stagione 2002/2003). L'incremento delle presenze è in parte da porre in relazione ad una costante crescita degli abbonamenti, indice della capacità di fidelizzazione dimostrata dallo Stabile, presente con una programmazione forte e ospitata in quattro differenti spazi; nel corso del triennio il numero degli abbonati aumenta con un'incidenza percentuale maggiore rispetto a quella delle presenze e ottiene un incremento significativo nel corso dell'ultima stagione (+16,8%).

In relazione alla volontà di potenziare e valorizzare al meglio la componente produttiva si deve leggere anche l'incremento nel numero di rappresentazioni che, dopo una contrazione dalla stagione 2000/2001 alla stagione 2001/2002 (-12,6%), aumentano notevolmente nel corso della stagione successiva (+37,5%) rivelando una crescita complessiva nel corso del triennio di circa il 30%.

L'analisi delle attività realizzate dalle altre compagnie teatrali attive in Piemonte permette di individuare alcune 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.
La valutazione dei dati storici deve tuttavia tenere conto di alcuni *turn over* fra le compagnie riferite ai diversi gruppi individuati; tale considerazione assume un peso particolarmente significativo soprattutto per quello che potremmo definire come **primo gruppo**, costituito nel 2002 da 6 compagnie di grandi dimensioni, una in meno rispetto all'anno precedente. Ha infatti cessato la sua attività il Laboratorio Teatro Settimo (assorbito dal Teatro Stabile), una fra le realtà storiche piemontesi che, nel corso degli anni precedenti, si è rivelata particolarmente rilevante all'interno del contesto regionale soprattutto per quanto concerne la capacità produttiva. La contrazione nel volume complessivo di entrate, che scende da circa 10,3 milioni di euro nel 2001 a poco più di 8,4 milioni di euro nel 2002, risulta così essere in parte ascrivibile al vuoto lasciato dall'assenza di tale compagnia, in parte ad altri fattori, quali la flessione della dimensione economica di un'altra fra le realtà produttive più competitive del contesto torinese.

Nel corso del triennio il numero delle giornate lavorative di questo primo gruppo risulta in costante crescita: si passa da 29.497 giornate lavorative nel 2000 a 32.484 nel 2002, con un incremento pari al 10% (+ 4% dal 2000 al 2001 e +6% dal 2001 al 2002); aumentano di conseguenza anche i *full time equivalent*, che da 147 salgono a 162 (la media di giornate lavorative per singola compagnia passa da 25 a 27).

Le compagnie di grandi dimensioni si rivelano particolarmente abili nella valorizzazione della propria capacità produttiva, considerato che l'incremento delle giornate recitative si presenta maggiore rispetto a quello delle giornate lavorative: le prime aumentano complessivamente del 20%, sia pure con un andamento altalenante che segna una flessione dal 2000 al 2001 (-3%) e un notevole incremento l'anno successivo (+23%).
Nel corso del triennio le attività di produzione aumentano: da 24 nuovi titoli del 2000 si arriva a 36 del 2002; tale incremento risulta determinato soprattutto dalla prolificità del teatro stabile privato, che da solo nel 2002 presenta 15 nuove produzioni. Se il numero delle nuove produzioni aumenta, pressoché invariato rimane il numero di riprese e coproduzioni.
Il corso del triennio permette di evidenziare come l'attività produttiva si sviluppi seguendo un andamento ciclico tendente alla crescita (a una contrazione nel 2001 segue un incremento nel 2002), secondo una dinamica propria di quei sistemi produttivi meglio organizzati e

strutturati che prevedono investimenti periodici in nuove produzioni da riprendere nel corso degli anni successivi, in una prospettiva di ricambio dell'offerta. In parte escluse da tale organizzazione sistematica dell'attività produttiva sono le coproduzioni, il cui numero rimane pressoché costante: per quanto attiene le formazioni maggiormente consolidate, esse si inseriscono in un complesso sistema di rapporti connessi o alla ricerca di vantaggi di tipo economico, oppure a legami di professionalità, stima reciproca e affinità a livello artistico. Dal momento che l'incremento delle repliche cresce dal 2000 al 2002 con un'incidenza percentuale inferiore rispetto alla crescita del numero complessivo di titoli (rispettivamente +5% e +11%), si deduce che la tenitura media di ciascun singolo spettacolo è in flessione: si passa infatti da una tenitura di circa 14 giorni nel 2000 a 20 nel 2001 e si scende nuovamente a 13 nel 2002.

Nel corso del triennio, le compagnie di grandi dimensioni hanno dimostrato una buona capacità attrattiva: nel complesso il numero di biglietti venduti per le produzioni proprie rimane pressoché costante, mentre quello per gli spettacoli ospitati cresce del 10%, con un incremento generale di circa il 4%. Al vuoto determinato dalla cessazione delle attività di una compagnia che in termini sia di spettacoli prodotti sia di spettatori si collocava ai primi posti fra le compagnie di grandi dimensioni, si è contrapposta la competitività particolarmente accentuata dello stabile privato, che dedicandosi alla produzione di musical – uno dei quali di particolare successo nel 2001 – ha visto un notevole incremento in termini assoluti nel numero di spettatori, nonostante una lieve flessione nell'ultimo anno. Per quanto riguarda il numero medio di spettatori alle singole repliche, dopo una crescita notevole dal 2000 al 2001 (da una media di 155 spettatori a replica a 286), non si riscontra alcuna variazione nell'anno successivo: la media di spettatori a spettacolo infatti si assesta intorno alle 290 unità.
Gli abbonamenti non permettono un confronto sulla serie storica, ma solo per gli anni 2001-2002, rivelando una lieve diminuzione pari al 4%.
La composizione delle entrate rimane pressoché invariata nel corso del triennio, con un'incidenza percentuale degli introiti da attività che si attesta intorno al 60%: le entrate da attività derivano per il 43% dalle ospitalità, per il 14% dagli incassi dei propri spettacoli e per il 21% da altre entrate.
Per quanto attiene le uscite, si evidenzia come le spese artistiche incidano per il 49% su quelle totali con un costo medio di allestimento per spettacolo che si aggira intorno ai 5.600 euro (ma tale valore comprende i costi relativi a produzioni, coproduzioni e riprese), mentre le spese di gestione per il 51%. Sulle spese artistiche, quelle di ospitalità incidono per il 40% mentre quelle di realizzazione dei propri spettacoli per il 14%. Il costo di realizzazione di spettacoli propri si presenta ridotto, grazie alla possibilità di ammortare parzialmente le spese con le riprese (una seppure limitata industrializzazione dell'attività consente di alleggerire i costi per gli spettacoli di produzione).

Dall'analisi del personale delle compagnie di grandi dimensioni si evince come l'organico stabile subisca una lieve diminuzione del comparto artistico e di quello tecnico (nel complesso si scende da 127 unità a 125), mentre si ha un incremento del 22% per quanto attiene il personale scritturato nel suo complesso (da 175 unità a 214). Ciò significa che le compagnie di grandi dimensioni preferiscono snellire il nucleo vitale della compagnia, riducendo il personale stabile a fronte di un incremento ad hoc, funzionale alla realizzazione di singoli spettacoli. Gli incrementi più significativi dell'organico temporaneo riguardano il personale artistico, ovviamente scritturato per la realizzazione di uno o più spettacoli. Discorso analogo deve essere fatto per il personale tecnico, che tuttavia aumenta solo di una unità nel complesso (ma si deve tenere conto che non è più attiva una fra le maggiori compagnie di teatro di prosa, di dimensioni notevoli per quanto riguarda il personale impiegato).
L'organico amministrativo invece aumenta per quanto attiene sia il personale stabile sia quello temporaneo: le compagnie di grandi dimensioni sembrano preferire un investimento capa-

ce di sfruttare o forse "fare fruttare" al meglio le potenzialità artistiche della compagnia stessa; una maggiore articolazione interna e l'utilizzo di personale amministrativo strutturato permettono di valorizzare la capacità progettuale della compagnia, mentre l'adozione di personale temporaneo è finalizzato alla volontà di incrementare la produttività dell'avvenimento, sia esso un singolo evento oppure una rassegna.

Il **secondo gruppo** di compagnie, numericamente più consistente, è costituito da 22 realtà di medie dimensioni, 2 in più rispetto al 2001, con un volume di entrate complessivo che si aggira attorno ai 5 milioni di euro e con il più significativo incremento dell'attività produttiva.
Il numero complessivo delle giornate lavorative è in costante crescita e nel corso del triennio aumenta complessivamente del 53% (con un incremento del 28% dal 2000 al 2001 e del 20% dal 2001 al 2002); di conseguenza aumentano anche i *full time equivalent*, che da una media di 3 per compagnia salgono a 5. Dopo avere conosciuto una sostanziale stabilità, il numero delle giornate recitative vede un incremento considerevole: si passa da 1.348 giornate nel 2001 a 1.815 nel 2002, con un incremento del 35%.
Gli spettacoli di produzione sono in costante aumento: si passa da 44 nuove produzioni nel 2000 a 54 nel 2001 per arrivare a 62 nel 2002, con un incremento complessivo del 41%. Il numero delle coproduzioni, dopo essere pressoché triplicato dal 2000 al 2001 (da 6 a 17), è rimasto invariato per la stagione successiva. Per le compagnie di medie dimensioni l'opportunità di realizzare delle coproduzioni rappresenta uno strumento vantaggioso per abbattere i costi e per instaurare rapporti artistici e professionali che consentano di inserirsi in termini propositivi nel quadro dell'offerta.
Anche le riprese si presentano in costante aumento, con un incremento nel corso del triennio del 79%. Tale crescita rivela un maggiore consolidamento dell'attività e una più adeguata strutturazione organizzativa, che permette una riproduzione più consistente degli spettacoli realizzati. In termini generali si nota un incremento del numero complessivo dei titoli in cartellone: si passa da 107 totali nel 2000 a 181 nel 2002 (+69%).
Anche il numero complessivo delle repliche è in crescita progressiva e graduale (+43%); l'aumento delle repliche avviene però in modo ridotto rispetto all'incremento dei titoli in programma, il che significa che la tenitura media dei singoli spettacoli tende a diminuire. Aumenta il numero di spettatori complessivo e per singola rappresentazione (si passa da una media di 110 spettatori a rappresentazione nel 2000 per arrivare a 148 nel 2002). Gli spettatori nel corso del triennio raddoppiano, con un incremento leggermente maggiore per quanto attiene il pubblico dei propri spettacoli (53%) rispetto a quello di spettacoli ospiti (50%), il cui aumento è legato anche all'incremento del numero di compagnie ospitate.
L'incidenza delle entrate derivate dallo svolgimento della propria attività è minore rispetto al primo gruppo ed è pari al 52% del totale degli introiti. La ripartizione delle entrate derivate dalla propria attività presenta una suddivisione differente rispetto a quella riscontrata per il primo gruppo: gli incassi da spettacoli ospitati hanno un'incidenza percentuale minore rispetto a quella presentata dalle compagnie del primo gruppo (pesano per il 6%), come anche quelli derivanti dai propri spettacoli (8%). Le entrate maggiori per quanto attiene la propria attività derivano dalle *tournées*, siano esse determinate da contratti a cachet o a percentuale (con o senza minimo garantito); i primi incidono per il 43%, i secondi per il 9%.

I costi di allestimento per le singole produzioni risultano di dimensioni più contenute rispetto a quelli delle compagnie del primo gruppo e si aggirano attorno ai 3.600 euro per singolo allestimento (si tenga tuttavia presente che nei costi di produzione si includono quelli per le riprese, che ne riducono l'entità). L'incidenza percentuale delle spese artistiche e di quelle gestionali è simile a quella del primo gruppo e si attesta al 42% per le spese artistiche e al 58% per quelle di carattere gestionale. Nelle spese derivanti da attività artistica, le spese per le ospitalità pesano solo per il 17%, mentre quelle per gli allestimenti dei propri spettacoli per il 24%.
Per quanto riguarda il personale, le compagnie di medie dimensioni presentano all'apparen-

za un orientamento opposto rispetto a quello delle compagnie del primo gruppo: complessivamente il personale stabile aumenta (si passa da 94 unità a 99 segnando un +5%), a differenza di quanto avviene per le compagnie di grandi dimensioni, che vedono una riduzione dell'organico stabile. Si registra una riduzione del personale artistico stabile (-11%) a fronte di un incremento di quello occasionale (+28%), nessuna variazione nel personale tecnico stabile e un significativo incremento di quello occasionale (+48%), mentre la crescita del personale amministrativo stabile è a tal punto accentuata (+63%) da determinare da sola l'incremento complessivo dell'organico stabile; in aumento vertiginoso anche l'amministrativo occasionale (+100%). Le compagnie di medie dimensioni, come quelle di grandi dimensioni, sembrano avere raggiunto una sorta di stabilità per quanto attiene il proprio nucleo artistico forte, il cuore produttivo, che aumenta a seconda delle necessità contingenti legate a singoli eventi e rappresentazioni. Inoltre, le stesse stanno gradualmente orientando il proprio sviluppo in direzione di una valorizzazione e potenziamento del complesso gestionale, funzionale a un più efficace sfruttamento delle potenzialità artistiche, come si evince dal fatto che il numero degli amministrativi assunti a tempo determinato, quindi orientati alla realizzazione di singoli progetti, è addirittura raddoppiato.

L'**ultimo gruppo** è costituito, come per il 2001, da 14 formazioni semiprofessionali di piccole dimensioni, il cui volume economico passa da 750.000 euro nel 2000 a poco più di 1.000.000 di euro nel 2002.
Il numero delle giornate lavorative si presenta notevolmente ridotto rispetto a quello dei gruppi precedentemente considerati (per quanto attiene il 2002 si passa da una media di 162 giornate lavorative per il primo gruppo a 117 per il secondo e si scende a 31 per il terzo), sebbene si presenti in crescita costante, con l'incremento maggiore registrato soprattutto nell'ultimo anno: nel complesso si ha un aumento delle giornate lavorative del 56%. All'incremento delle giornate lavorative non corrisponde uno sviluppo analogo per quanto attiene le giornate recitative, che nel corso del triennio subiscono una contrazione del 19%. A ciò si aggiunga la crescita costante di coproduzioni, il cui numero risulta triplicato. Ne consegue che il numero complessivo dei titoli in cartellone per le piccole compagnie aumenta e si attesta attorno a una media di circa 8 spettacoli, contro i 3 del 2000.
Tuttavia, all'incremento della capacità produttiva non si accompagna un incremento della tenitura dei singoli spettacoli, il cui numero delle repliche vede una riduzione complessiva del 10%: si passa da una media di 6 repliche a singolo spettacolo nel 2000 a 7 nel 2001 e si scende a 4 nel 2002.

Se il numero di repliche scende, seppure in termini contenuti (-10% nel corso del triennio), aumenta sia il numero complessivo degli spettatori (+26% nel corso del triennio, con andamento altalenante: +40% dal 2000 al 2001, -9% dal 2001 al 2002), sia la media di spettatori a singolo spettacolo (si passa da una media di 72 spettatori a replica a 148).
La percentuale delle entrate di attività sulle entrate generali si attesta attorno al 57% rispetto alle entrate totali. Per quanto attiene le entrate derivanti dalla propria attività si rileva come i proventi delle ospitalità pesino in minima parte (solo il 2%); più consistenti le entrate che derivano dai propri spettacoli (11%), mentre hanno un maggior peso gli incassi delle *tournées*: gli incassi a cachet pesano per il 47% e quelli a percentuale solo per il 2%.
Il personale delle compagnie di piccole dimensioni si rivela in espansione (19%), ad eccezione unica del comparto tecnico che sul fronte personale stabile è stazionario e su quello temporaneo in notevole riduzione (-47%). Gli incrementi maggiori riguardano il personale artistico, che aumenta sia sul fronte stabile (19%) sia soprattutto su quello occasionale (83%); la maggiore crescita del personale occasionale è facilmente comprensibile, dal momento che permette una maggiore flessibilità e versatilità applicabile a singoli progetti e spettacoli. Sempre secondo tale ottica di sviluppo deve essere letto l'incremento di personale amministrativo, che in termini assoluti si rivela contenuto (si passa da 2 a 6 unità), ma evidenzia l'or-

mai acquisita consapevolezza della necessità di dotarsi di un organico che sappia muoversi con agilità non solo nell'attività artistica, ma anche in quella organizzativa, gestionale ed amministrativa.
Ai quattro gruppi sopra individuati si devono aggiungere sia le compagnie amatoriali sia le formazioni di piccole dimensioni. Si tratta di compagnie i cui attori operano prevalentemente in un regime di volontariato, ma che spesso si presentano radicati all'interno dei piccoli circuiti cittadini di cui ampliano l'offerta.

Tab. 42 Attività teatrali in Piemonte

	Differenza % 2002-2000		
	I gruppo	II gruppo	III gruppo
Giornate lavorative	10,1%	53,2%	82,5%
Giornate recitative	19,8%	34,5%	-19,4%
Produzioni	50,0%	40,9%	22,6%
Riprese	0,0%	78,9%	12,0%
Repliche	4,8%	43,1%	-10,4%
Spettacoli propri	-0,9%	53,3%	25,7%
Spettacoli ospitati	10,0%	50,5%	29,7%
Spettatori	4,2%	52,7%	26,4%

Fonte: OCP

Un giovane teatro o un teatro per i giovani?

Nel corso del 2003 è stata condotta una ricerca sulle giovani compagnie di teatro di prosa presenti nel territorio piemontese, con particolare attenzione alla provincia di Torino, i cui componenti abbiano un'età compresa tra i 18 e i 35 anni e la cui attività si sia strutturata almeno nel corso del 2001 e del 2002. Si sono pertanto individuati 24 soggetti che rientrano nei requisiti[48].
La ricerca è stata condotta al fine di analizzare le "compagnie giovani", le motivazioni artistiche dalle quali sono animate, il rapporto con il contesto sociale e cittadino, quello con il pubblico e le aspettative future, nonché le difficoltà nel passaggio al professionismo e relative barriere d'ingresso.
Per le compagnie oggetto dell'indagine, essere giovani è, da un lato, un valore aggiunto, in quanto si instaura un legame forte con la dimensione della contemporaneità, ma sotto il profilo concreto comporta anche una serie di ostacoli di carattere operativo, quali le difficoltà nel trovare spazi adeguati e nel radicarsi su un territorio di riferimento.
Il rapporto con la realtà locale e l'aspirazione a collocarsi all'interno del proprio contesto territoriale sono dei punti d'arrivo imprescindibili per i giovani artisti. Inoltre da un lato, appare vivo il tentativo di scardinare quanto di tradizionale e "obsoleto" è legato al mondo del teatro; dall'altro, tuttavia, è evidente soprattutto per alcuni artisti un legame quasi viscerale con la struttura tradizionale della sala, che però si vorrebbe rinnovata in termini di percezione da parte dello spettatore piuttosto che nella stessa struttura architettonica. La dimensione organizzativa è sentita dai giovani artisti come elemento di disturbo anche se necessaria e imprescindibile, sempre comunque di difficile realizzazione. Si evidenzia, in tal modo, una duplice difficoltà da parte dei giovani artisti: in primo luogo la problematicità nello svolgere e nell'adempiere le attività organizzative, promozionali, fiscali, vista la scarsa preparazione in tali ambiti (essenzialmente in modo autodidatta); in secondo luogo l'impaccio nel trovare un linguaggio comune con i referenti degli enti locali che si occupano dello spettacolo dal vivo.

[48]Alle 24 compagnie individuate quali soggetti di riferimento sono stati somministrati due questionari. Oltre alla compilazione del questionario, alle compagnie è stato chiesto di realizzare un'intervista semistrutturata: sono state intervistate 18 delle 24 compagnie.

L'incontro con enti e istituzioni locali è visto come elemento necessitante e imprescindibile per la creazione di una rete di relazioni e di rapporti in grado di contribuire al radicamento sul territorio, ma viene anche vissuto con molta difficoltà e fatica, in quanto percepito come attività "accessoria" funzionale ma non pertinente la sfera artistica, che risulta in tal modo limitata da una serie di contingenze "burocratiche".
Un primo nodo problematico risolvibile instaurando un dialogo aperto con l'istituzione pertiene la mancanza/carenza di sale prove e di spazi all'interno dei quali non tanto poter realizzare le proprie rappresentazioni, quanto svolgere il lavoro di allestimento e preparazione dello spettacolo. Strettamente connesso al problema degli spazi dove operare è anche quello relativo alla visibilità concessa ai gruppi giovani.
Agli occhi dei giovani artisti i problemi al riguardo potrebbero trovare una soluzione non solo attraverso la creazione di un circuito o di un festival e rassegna dedicati, ma soprattutto cercando di stimolare l'inserimento di formazioni locali giovani all'interno di festival e rassegne esistenti, evitando in tal modo la "ghettizzazione" e favorendo l'integrazione.
Se da un lato i giovani artisti dichiarano di voler mantenere integra la propria autonomia creativa, dall'altro sono consapevoli della necessità di inserirsi in un sistema di mercato.
A ciò si aggiunga il fatto che lo scarto generazionale risulta stringere i giovani artisti in una doppia morsa: da un lato il pubblico più tradizionale, abituato ad un teatro "sacro", che già frequenta le differenti sale teatrali cittadine; dall'altro il pubblico dei giovanissimi, che appartengono al "mondo della notte e delle discoteche", che si presenta totalmente estraneo e difficile da raggiungere.
Alla luce dei dati e delle interviste effettuate è possibile individuare quattro categorie in base a parametri di occupazione, età media dei componenti, attività svolta e dimensione economica complessiva: gli **accreditati**, gli **intraprendenti**, gli **aspiranti** e gli **amatoriali**.
Gli accreditati non si potrebbero propriamente definire giovani sotto il profilo anagrafico, ma si presentano ancora come realtà dinamiche ed innovative; gli **intraprendenti** rappresentano formazioni ben strutturate per quanto concerne le scelte artistiche, con una realtà organizzativa ancora precaria, sebbene autonomamente gestita; gli **aspiranti** sono professionalmente in fase di formazione, anagraficamente giovani, e si stanno gradualmente inserendo nel comparto dello spettacolo dal vivo; gli **amatoriali** non si dedicano all'attività teatrale a tempo pieno, ma la affiancano sempre ad altre attività lavorative esterne al settore dello spettacolo. L'attività di produzione e ospitalità delle giovani compagnie si presenta vivace e dinamica, con un incremento d'insieme del numero di recite; i dati sul pubblico offrono un panorama molto attivo con un aumento complessivo del numero di spettatori: gli **accreditati** raggiungono tetti di affluenza e numero di presenze di spettatori senza dubbio di maggiore quantità rispetto ai gruppi più giovani, che rappresentano i propri lavori spesso al di fuori dei circuiti convenzionali, o sono sprovvisti di adeguati mezzi promozionali. Tuttavia, tanto gli **intraprendenti** quanto gli **aspiranti** rivelano una capacità organizzativa che permette loro di ottenere una certa visibilità a livello regionale e cittadino. Gli **amatoriali** presentano, invece, un'affluenza di spettatori che si mantiene sotto soglie rappresentative: il numero complessivo di spettatori è esiguo e ancora meno significativo nel momento in cui si valuta l'affluenza media per singola compagnia; si tratta di spettacoli che con ogni probabilità esercitano una capacità attrattiva scarsa per quanti non conoscano in modo diretto la compagnia stessa.
Per quanto riguarda le risorse umane si deve constatare come i tempi lavorati effettivi siano davvero irrisori rispetto alle risorse umane utilizzate, la maggior parte delle quali presta la propria attività a titolo volontario. Gli **accreditati** sono le uniche formazioni che presentano personale stabilmente occupato, il cui numero rimane peraltro invariato. Il personale scritturato, di cui si avvalgono tanto gli *accreditati* quanto gli *intraprendenti*, vede un incremento dal 2001 al 2002, soprattutto per quanto attiene il settore artistico. Il maggiore peso relativo alla componente artistica può essere letto come sintomo di una

maggiore accuratezza ed attenzione per la realizzazione dello spettacolo. Pressoché invariato rimane il numero del personale tecnico scritturato, mentre è addirittura in calo il personale amministrativo.
L'utilizzo di volontari, in notevole quantità sia pure non in forma esclusiva, ci fornisce almeno in parte uno strumento ulteriore per valutare le modalità operative delle singole compagnie. Se gli *accreditati* non si avvalgono di personale volontario in modo sistematico e strutturato, per *intraprendenti*, *aspiranti* e *amatoriali* risulta essere una risorsa fondamentale e vitale; il suo numero si presenta costante per intraprendenti, in crescita per *aspiranti*. Le cifre relative al budget delle varie categorie risultano essere esigue e poco significative, ad eccezione degli *accreditati*.

La musica colta

Il panorama della musica colta che emerge dalle elaborazioni statistiche dei dati quantitativi derivanti dal monitoraggio annuale dell'Osservatorio non evidenzia cambiamenti di rilievo nel 2002 rispetto all'anno precedente: la dimensione economica complessiva dei 57 soggetti monitorati nel 2002 è stimabile in circa 40 milioni di euro, per lo più concentrati nel Teatro Regio di Torino, con un incremento di circa l'1,5% del volume delle entrate di un campione di soggetti confrontabile con il 2001[49]. Tuttavia, l'Osservatorio monitora solo le strutture che operano stabilmente in regione e il cui assetto istituzionale consente il rilevamento di dati quantitativi confrontabili negli anni. Inoltre, si tratta di strutture che, avendo consolidato le loro attività su livelli professionali nel corso degli anni e acquisendo visibilità sul territorio, si sono potute avvalere del sostegno degli enti locali per lo sviluppo e l'implementazione delle proprie attività. Sfuggono ai sistemi tradizionali di rilevazione statistica parti del settore musicale quali i piccoli gruppi musicali, i solisti, le associazioni che operano in ambiti territoriali limitati. Il fermento che sottende l'attività musicale degli artisti che operano, producono, organizzano e degli operatori culturali che gestiscono e propongono eventi, non emerge appieno dalla lettura sintetica dei dati. È tuttavia possibile rendere evidente il quadro generale dei soggetti che hanno rapporti più stabili e sistematici con gli enti locali e che contribuiscono ad un'offerta di livello professionale su tutto il territorio regionale.

Fra i soggetti monitorati, il Teatro Regio di Torino rappresenta la struttura maggiore presente in regione per dimensione economica, numero di addetti e attività. Per l'anno 2002 la dimensione economica complessiva risulta sostanzialmente stabile con 33 milioni di euro, circa l'1% in più rispetto al 2001. L'incidenza dei finanziamenti pubblici è aumentata al 72,7%, pari a circa 24 milioni di euro, di cui 17 milioni derivanti dal contributo statale.
Il numero medio di addetti è aumentato di poche unità passando dai 362 del 2001 ai 369 del 2002, di cui il 78% occupato stabilmente. Si tratta per lo più di personale tecnico (impiegati, operai, seralisti, ecc.), di professori d'orchestra e di artisti del coro. Le manifestazioni programmate hanno subito un ridimensionamento degli spettacoli di lirica e di balletto realizzati sia al Teatro Regio sia nella sala del Piccolo Regio, come pure delle attività rivolte alle scuole. Sono di contro aumentati i concerti sinfonico-corali e i concerti in decentramento sul territorio regionale. Le manifestazioni collaterali come conferenze, mostre e incontri sono le attività che hanno patito il ridimensionamento maggiore, passando da 449 nel 2001 a 143 nel 2002. Il pubblico pagante è diminuito di poco meno di 2 punti percentuali, attestandosi a circa 169.000 presenze.

A contribuire alla programmazione di alto livello concorre l'Orchestra Sinfonica Nazionale della RAI, una struttura storica che ha mantenuto un ruolo di primo piano in regione grazie anche al sostegno delle istituzioni pubbliche. Le attività dell'Orchestra non si esauriscono nella stagione di musica sinfonica presso l'Auditorium del Lingotto di Torino (mediamente

[49] Il campione di soggetti confrontabile con il 2001 è composto da 29 strutture..

ogni stagione comprende una trentina di concerti, ciascuno eseguito in due serate consecutive) ma si concretizzano in una serie di esibizioni decentrate in tutta la regione e di concerti di musica da camera realizzati grazie alla disponibilità di un organico artistico di oltre un centinaio di elementi, utilizzabili in formazioni differenti a seconda delle esigenze.
Accanto a queste istituzioni vi sono altre strutture impegnate esclusivamente nella gestione e organizzazione di concerti e stagioni con artisti ospiti. Fra le associazioni che contribuiscono ad un'offerta di alto profilo in regione troviamo l'Unione Musicale e l'Associazione Lingotto Musica, che per dimensione economica rappresentano le strutture più importanti.
L'Associazione Lingotto Musica nel 2002 ha proposto 10 concerti presso l'Auditorium Giovanni Agnelli del Lingotto, per un totale di oltre 14.700 presenze. Nell'ambito delle attività dell'Associazione sono stati organizzati altri 5 concerti per la rassegna *Giovani per i giovani* dedicata ai giovani musicisti alle prime esperienze, che hanno registrato una media di circa 150 partecipanti. Per quanto riguarda l'Unione Musicale, i concerti realizzati sono stati 53 nel 2002, per un totale di circa 34.000 presenze.
Nel panorama della musica colta in regione si contano numerose altre strutture che per dimensione economica non sono paragonabili alle precedenti citate, pur rappresentando un'offerta importante in termini di diversificazione dei contenuti proposti.
Per l'anno 2002 sono state monitorate 52 strutture in Piemonte, non riconducibili a caratteristiche comuni[50] ma classificabili per dimensione economica.
Un primo gruppo è costituito da 5 strutture con un volume di entrate complessivo di circa 2.000.000 di euro. Hanno bilanci compresi tra i 350.000 e i 500.000 euro e sono attive sia nell'organizzazione di stagioni, eventi e festival sia nell'attività di formazione. Tutte sono costituite da un organico di musicisti interni alla struttura impegnati nella produzione di concerti. Rispetto al 2001 il volume delle entrate si è contratto di circa il 2,4% a seguito di una leggera diminuzione delle entrate proprie, a fronte di una certa stabilità dei contributi sia pubblici sia privati; anche le spese hanno subito una flessione, seppur leggera, pari allo 0,7%. Le entrate derivanti dagli incassi e da attività varie (siano esse commerciali, corsi di formazione, ecc.) rappresentano nel 2002 circa il 22% del totale delle entrate, 3 punti percentuali in meno rispetto al 2001. I contributi statali incidono per circa il 29% sul totale delle entrate, mentre i contributi regionali rappresentano circa il 16%. Le spese artistiche rappresentano circa il 71% del totale delle uscite, di cui circa un terzo relative ai cachet degli artisti, mentre la restante parte è relativa alle spese organizzative e gestionali.

Del secondo gruppo fanno parte 16 strutture di medie dimensioni con un volume complessivo di entrate di circa 1.700.000 euro. I bilanci sono compresi tra i 200.000 e i 50.000 euro, derivanti per circa il 76% da contributi pubblici e privati (incidenza sostanzialmente stabile rispetto al 2001), mentre il restante 24% deriva da incassi e attività varie. I contributi statali si attestano al 14% mentre quelli regionali incidono per il 15%. Anche per questo gruppo le spese artistiche, ed in particolare i cachet degli artisti, rappresentano le voci di spesa principale e sono più rilevanti di quelle del gruppo precedente, raggiungendo l'86%. Nel campione confrontabile con il 2001, composto da 9 strutture, si registra un aumento delle volume delle entrate, da attribuire tuttavia ai soggetti di dimensione più piccola, mentre le strutture con budget superiori ai 200.000 euro registrano una contrazione delle risorse di quasi il 7%. Le strutture di dimensioni minori sembrerebbero dunque più dinamiche, forse in fase di affermazione e accreditamento ulteriore sul territorio.
Il terzo gruppo è composto da 31 strutture di piccole dimensioni, con volumi di entrate inferiori ai 50.000 euro, le quali complessivamente superano di poco i 700.000 euro. I contributi statali sono completamente assenti mentre quelli regionali rappresentano circa il 38% del totale delle entrate. Le entrate da incassi e risorse proprie rappresentano, come nei gruppi precedenti, una quota minore delle entrate (circa il 22%). Le spese artistiche si mantengono su percentuali piuttosto elevate (circa l'80%) mentre a differenza degli altri gruppi sono estremamente contenute le spese per i cachet artistici.

[50] Il campione monitorato comprende strutture estremamente diverse fra loro sia sotto il profilo organizzativo (come orchestre, ensemble musicali, centri musicali, ecc.; associazioni, fondazioni, società, ecc.), sia sotto il profilo dei generi musicali proposti (musica barocca, contemporanea, jazz, ecc.).

Tra i progetti più importanti in regione per la diffusione e lo sviluppo nell'ambito della musica colta, oltre al circuito *Piemonte in Musica*[51] è da segnalare Sistema Musica: un'associazione impegnata nella promozione, ideazione, valorizzazione e coordinamento delle attività degli associati[52] che pubblica un periodico sugli appuntamenti musicali di Torino, corredato da approfondimenti e inchieste relative al mondo della musica colta in regione.

Tab. 43 Attività musicale in Piemonte

	differenza % 2002-2001		
	I gruppo	II gruppo	III gruppo
Spettatori	3,96%	1,16%	-1,31%
Entrate	-2,43%	7,69%	2,52%
Uscite	-0,72%	9,99%	25,99%

Fonte: OCP

La danza

Il monitoraggio del settore della danza è stato effettuato su 47 strutture operanti in regione. Analogamente al settore della musica, descrivere il panorama delle attività di danza risulta alquanto complesso. Le compagnie storiche con organici artistici stabili e una circuitazione delle proprie produzioni presentano in soli 2 casi un bilancio superiore ai 200.000 euro, mentre le restanti hanno bilanci intorno ai 70-80.000 euro. Le altre strutture, di recente formazione, hanno per lo più bilanci inferiori ai 30.000 euro. La dimensione economica complessiva dei soggetti rispondenti è stimabile in circa 1,6 milioni di euro[53].
La rilevazione statistica dei dati in un settore caratterizzato da una forte flessibilità, in termini sia economici sia produttivi, si scontra dunque con una realtà fatta di attività minime e pulviscolari, difficilmente contabilizzabili in termini quantitativi, pena il rischio di vistose sottostime. In un contesto di precarietà economica e di ristrettezza delle risorse, la produzione di spettacoli è marginale rispetto al complesso delle attività. La maggior parte dei soggetti monitorati è impegnata nella didattica, sia per quanto riguarda l'organizzazione e gestione di corsi di formazione, sia per quanto riguarda le recite per le scuole[54]. Inoltre, molti affiancano a tali attività l'organizzazione di eventi, manifestazioni e festival.
Grazie alle politiche culturali sia dello Stato sia degli enti locali che ne hanno riconosciuto l'autonomia estetica ed artistica, la danza sta diventando un genere sempre più diffuso con sempre maggiore visibilità, oltre che a livello istituzionale, anche nei mezzi di comunicazione; tuttavia, in continua oscillazione fra tradizione e innovazione, il settore presenta ancora delle carenze di carattere strutturale. Fra le debolezze endemiche si deve evidenziare l'esiguità di spazi fisici ad essa dedicati. Meno del 20% dei soggetti che hanno risposto ha dichiarato di effettuare *tournées* e solo un soggetto gestisce un teatro la cui programmazione di spettacoli di danza risulta numericamente importante. Molti dei soggetti che gestiscono scuole di danza utilizzano le loro stesse aule non solo per le lezioni, ma anche per l'allestimento degli spettacoli. Tale utilizzo di spazi alternativi, se da un lato rivela la maggiore dinamicità di un settore in espansione, dall'altro testimonia anche della difficoltà di circuitazione degli spettacoli di danza e del reperimento di spazi per le esibizioni, spesso individuati al di fuori dei luoghi "tradizionali" dello spettacolo.
Si deve inoltre sottolineare come l'ambito di azione delle compagnie di danza piemontesi sia strettamente regionale, con oltre il 70% degli spettacoli realizzati in Piemonte e un solo 25% allestito nel resto dell'Italia. A ciò si contrappone la presenza sul territorio regionale di compagnie di danza affermate a livello nazionale: il Piemonte è percepito come una regione fortemente propositiva per quanto attiene il settore danza, che tuttavia sta trovando solo gradualmente una propria specificità.

[51] Vedi Capitolo 1 a pag. 69.

[52] Dell'Associazione Sistema Musica fanno parte le seguenti strutture in qualità di soci fondatori: Città di Torino, Associazione Lingotto Musica, Conservatorio Giuseppe Verdi, Fondazione Teatro Regio Torino, Orchestra Sinfonica Nazionale della Rai, Unione Musicale onlus; in qualità di soci sostenitori: Academia Montis Regalis, Accademia Corale Stefano Tempia, Antidogma Musica, De Sono – Associazione per la Musica, Orchestra Filarmonica di Torino

[53] Il dato si riferisce alle sole compagnie di danza che, oltre alle attività di organizzazione di stagioni ed eventi, svolgono anche produzione. Sono escluse dal conteggio le strutture impegnate nella sola organizzazione di festival di danza.

3.5 Biblioteche

Sono più di 1.000 le biblioteche presenti in Piemonte[55], 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 (Tabella 44): più precisamente le biblioteche civiche piemontesi 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 23,25% 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.

Tab. 44 Biblioteche del Piemonte per tipologia amministrativa

Statali	Aziende autonome	Enti pubblici	Enti locali	Università	Enti culturali	Enti ecclesiastici	Enti vari	Totale
33	3	34	620	90	88	75	81	1024
3,%2	0,3%	3,3%	60,5%	8,8%	8,6%	7,3%	7,9%	

Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT

Biblioteche civiche piemontesi

Un approfondimento specifico meritano le biblioteche civiche piemontesi in quanto categoria numericamente più incidente e con una presenza capillare su tutto il territorio regionale. Come già ricordato le biblioteche civiche al 2003 sono 620, di cui 565 (91%) aperte al pubblico. Relativamente alla presenza sul territorio, la maggiore incidenza numerica riguarda 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%). Sono 240 (38,7% sul totale delle biblioteche, 42,4% sul totale delle biblioteche aperte) le biblioteche che rispondono agli standard di funzionamento (orario e spesa per abitante da parte del comune per acquisto di materiale bibliografico) stabiliti dalla Regione per l'erogazione dei contributi.
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 1,59[56].
Nell'*Indagine statistica sulle biblioteche piemontesi*[57], commissionata dalla Regione Piemonte e relativa ai dati di 376 biblioteche piemontesi di pubblica lettura nell'anno 2000, si legge: "L'indice della dotazione documentaria a livello regionale si attesta sul valore di 1,8 volumi per abitante. Come spesso accade con gli indicatori in cui un dato sulle risorse viene rapportato alle dimensioni del bacino d'utenza, i valori più elevati vengono raggiunti nelle realtà più piccole. Infatti nei comuni con meno di 10.000 abitanti l'indicatore medio regionale è pari a 2,1, mentre nei comuni superiori a 10.000 abitanti esso scende a 1,6. Confrontando i dati del Piemonte con quelli italiani, possiamo trarne le seguenti considerazioni:

- la dotazione documentaria media del campione utilizzato dall'AIB per l'indagine nazionale riportata nelle Linee guida è di 1,69 volumi per abitante, inferiore quindi al valore di 1,8 riscontrato in Piemonte
- nei comuni inferiori a 10.000 abitanti la situazione è pressoché identica in Piemonte (2,1) e nel Paese (2,09)
- nei comuni superiori a 10.000 abitanti la situazione piemontese (1,6) risulta leggermente migliore di quella nazionale (1,4)".

[54] Non a caso il circuito del Teatro Ragazzi e Giovani Piemonte propone diversi spettacoli di danza; in particolare nella stagione 2003-2004 hanno trovato spazio 5 compagnie piemontesi. [55] Dato ISTAT riferito al 2002.a

[56] 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.

[57] Conti S., Solimine G. (a cura di), *Indagine statistica sulle biblioteche piemontesi*, Regione Piemonte, 2002.

Per quanto riguarda la spesa dei comuni[58] relativamente all'acquisto di nuovi volumi (tabella 45), le erogazioni complessive nel 2003 sono ammontate a 716.013 euro e i contributi assegnati dalla Regione Piemonte sono stati pari a 310.150 euro (il 43% della spesa complessiva). Se si analizza il rapporto tra la spesa e gli abitanti emerge un valore medio pari a 0,7 euro. L'orario medio di apertura è di 13,5 ore alla settimana. Il 32% delle biblioteche analizzate dispone di un orario di apertura settimanale inferiore alle 7 ore, il 45% tra le 7 e le 18 ore e il restante 23% ha un orario settimanale superiore alle 18 ore (solo 12 biblioteche hanno un orario uguale o superiore alle 36 ore a settimana).

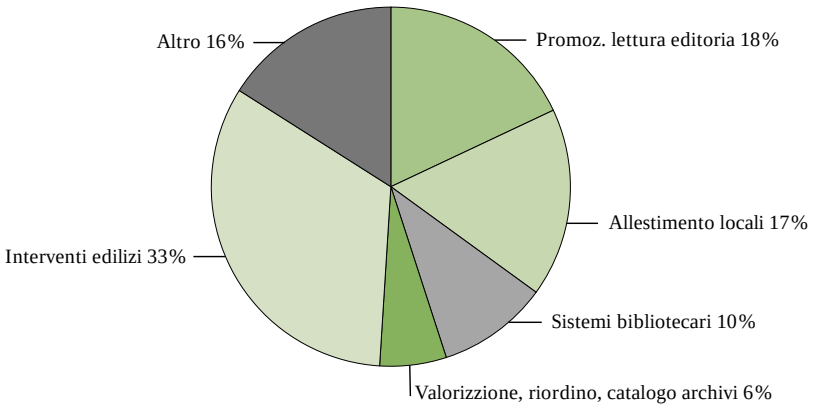
Tab. 45 La spesa dei comuni per l'acquisto di volumi e altri indicatori

	SPESA COMUNI	CONTRIBUTI REGIONALI ASSEGNATI	CONTRIBUTI /SPESA	SPESA /ABITANTI	ORARIO MEDIO APERTURA
2003	716.013 €	310.150 €	43%	0,70 €	13,5 h/s

Fonte: elaborazioni OCP su dati Regione Piemonte, Settore Biblioteche, Archivi e Istituti culturali

Complessivamente i contributi erogati nell'anno 2003 dal Settore Biblioteche, Archivi e Istituti culturali sono stati pari a 12.796.967 euro. Relativamente ai settori di intervento (figura 32), tra le principali voci di spesa si segnalano gli interventi edilizi su biblioteche, archivi e istituti culturali (32,7%), quelli relativi alla promozione della lettura e dell'editoria (18,1%), e gli investimenti per l'allestimento locali (17,1%).

Fig. 32 Incidenza dei contributi erogati per settore di intervento



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

[58] 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.

3.6 Nonprofit e volontariato culturale

La disponibilità di statistiche ufficiali sul settore nonprofit in Italia, ed anche in Piemonte, risale al 1999, anno in cui è stato adottato in Italia il Sistema Europeo dei Conti Nazionali e Regionali (Sec95) che ha apportato importanti innovazioni sulle definizioni e classificazioni delle istituzioni nonprofit e sulla valutazione del contributo di questi soggetti alla creazione della ricchezza del Paese[59]. Proprio l'arrivo tardivo sia di definizioni e classificazioni statistiche ufficiali in grado di restituire un quadro esaustivo del fenomeno, sia del riconoscimento del ruolo specifico e della rilevanza economica delle istituzioni nonprofit e, non ultima, la complessità del settore, hanno influito non poco sul ritardo con cui è stata realizzata una rilevazione censuaria delle istituzioni appartenenti a tale settore. Tale rilevazione è stata compiuta dall'ISTAT[60], che definisce – sulla base della definizione prevista dal Sec95 – le "istituzioni nonprofit" 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.

L'ambito culturale – settore di interesse in questa sede – assume nel censimento dell'ISTAT la denominazione di "Attività culturali e artistiche". Si tratta di un settore appartenente a sua volta alla più ampia categoria della "Cultura, sport e ricreazione".

I risultati della rilevazione censuaria individuano a livello nazionale, nel 1999, 40.543 istituzioni operanti "in modo prevalente" nell'ambito delle attività culturali e artistiche. Questi soggetti rappresentano il 18% del totale delle istituzioni nonprofit italiane. Sono 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 nonprofit.

La disaggregazione dei dati a livello regionale consente di individuare in Piemonte 3.196 istituzioni operanti – sempre "in modo prevalente" – nel settore delle attività culturali e artistiche. Le risorse umane impiegate sono in Piemonte 41.917, di cui il 95% volontarie e rappresentano una quota pari al 13,5% del totale delle risorse umane attive nel settore nonprofit in Piemonte.

Tab. 46 Istituzioni, risorse umane e partecipazione dei cittadini nel settore culturale

	Piemonte	Italia	Piemonte/Italia
Istituzioni nonprofit			
Attività culturali e artistiche	3.196	40.543	7,9%
Tutti i settori	18.700	221.412	8,4%
Istituzioni attività culturali e artistiche/Istituzioni tutti i settori	17,1%	18,3%	

	Piemonte	Italia	Piemonte/Italia
Risorse umane nelle istituzioni culturali ed artistiche			
Lavori dipendenti	1.276	22.411	5,7%
Lavori con contratto di collaborazione coordinata e continuativa	834	9.957	8,4%
Volontari	39.807	480.496	8,3%
Totale	41.917	512.864	8,2%
Risorse umane in tutte le istituzioni	309.617	3.974.433	7,8%
Risorse umane nelle istituzioni culturali ed artistiche/risorse umane in tutte le istituzioni	13,5%	12,9%	

Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT

[59] G.P. Barbetta, S. Cima, N. Zamaro, (a cura di), *Le istituzioni nonprofit in Italia. Dimensioni organizzative, economiche e sociali*, Bologna: Il Mulino, 2003.

[60] ISTAT, *Istituzioni nonprofit in Italia. I risultati della prima rilevazioni censuaria. Anno 1999*, Roma: ISTAT, 2001.

Tanto a livello regionale quanto a livello nazionale, rispetto ai 27 settori di attività classificati dall'ISTAT quello delle "Attività culturali e artistiche" per numerosità delle istituzioni segue solo ai settori delle "Attività ricreative e di socializzazione" (4.333 soggetti in Piemonte e 42.884 in Italia) e delle "Attività sportive" (4.276 istituzioni in Piemonte e 56.955 a livello nazionale). L'ambito relativo alle attività ricreative e di socializzazione, peraltro, rappresenta un sub-settore in cui è assai difficile tracciare una netta linea di confine rispetto a quello culturale: ad esempio, un'istituzione che tra l'altro propone visite a mostre e musei alla popolazione anziana e un'istituzione che organizza corsi di teatro per giovani nei quartieri "a rischio" possono rientrare a buon diritto sia nell'ambito culturale sia in quello delle attività ricreative o ancora in quello socio-assistenziale.
Se il Censimento dell'ISTAT del 1999 ha consentito di far emergere le dimensioni dell'intero settore e di delinearne le principali caratteristiche strutturali, per conoscere la normativa che regola il nonprofit occorre prendere in esame sia disposizioni di carattere generale sia leggi di settore – presenti in numero elevato – che disciplinano la grande varietà di aggregazioni: la legge 218 del 1990 sulle fondazioni bancarie, la legge 266 del 1991 recante la legge quadro sulle associazioni di volontariato e la legge 383 sull'associazionismo di promozione sociale non sono che alcune delle fonti normative di riferimento. Ad oggi manca infatti in Italia una disciplina organica che regoli l'intero settore.

È stato evidenziato poco sopra come il lavoro volontario rappresenti una risorsa di enorme rilevanza per il mondo del nonprofit e per il settore culturale. Il riconoscimento del valore sociale e della funzione dell'attività di volontariato come espressione di partecipazione, solidarietà e pluralismo[61] è avvenuto attraverso la legge 266 del 1991, "Legge quadro sul volontariato". La legge quadro – che ha trovato attuazione in Piemonte attraverso la legge regionale n. 38 del 1994 – prevedeva inoltre l'istituzione da parte delle Regioni dei Registri delle organizzazioni di volontariato[62] nonché l'istituzione dei Centri di servizio per il volontariato, aventi come finalità quelle di sostenere e qualificare l'attività di volontariato (a partire dal 1° gennaio 2003 sono operativi in Piemonte 9 Centri di servizio; ne è presente uno in ciascuna provincia ad eccezione di quella di Torino in cui ne esistono due).

I soggetti iscritti al Registro regionale sono in Piemonte 128, di cui 83 attivi nell'ambito della tutela e valorizzazione del patrimonio storico e artistico e 45 nell'ambito della promozione della cultura, istruzione, educazione permanente[63]. La localizzazione geografica vede la maggior concentrazione di tali istituzioni in provincia di Torino (43%), cui seguono quelle di Cuneo (21%), Alessandria (16%) e Vercelli (12%). Rispetto al totale delle organizzazioni di volontariato iscritte all'Albo (1.650), quelle registrate nelle due sezioni culturali rappresentano circa l'8%. Si evidenzia una forte preponderanza in Piemonte, come anche a livello nazionale[64], di soggetti e associazioni attivi in modo prevalente o esclusivo nei comparti di supporto al welfare (le organizzazioni attive in ambito sanitario in Piemonte rappresentano il 38% dei soggetti iscritti, quelle socio-assistenziali il 36%).

Se dall'ambito delle organizzazioni di volontariato si passa a considerare il lavoro volontario sempre però in forma associativa, l'apporto a titolo gratuito in ambito culturale raggiunge ovviamente maggiori dimensioni. I primi risultati di un'indagine condotta dall'Osservatorio Culturale del Piemonte sull'associazionismo e volontariato culturale in provincia di Torino – ancora in corso al momento della redazione del presente lavoro – consentono di individuare oltre un migliaio di soggetti attivi a vario titolo in ambito culturale. Una stima della risorse umane volontarie (fisse e saltuarie) coinvolte in tale attività è pari, limitatamente alla provincia di Torino, a circa 15.000 unità.

Osservando il fenomeno da una prospettiva diversa, e cioè da quella della partecipazione alle

[61] Art. 1 della legge 11 agosto 1991 n. 266, "Legge-quadro sul volontariato".

[62] Con legge regionale 15/3/2001 n. 5 - art. 115 sono state trasferite dalla Regione alle Province piemontesi le funzioni amministrative relative alla tenuta del registro delle organizzazioni di volontariato e sono state delegate le funzioni in materia di assegnazione dei contributi previsti dalla L.R. 38/1994 all'art. 14.

[63] 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.

[64] La percentuale delle istituzioni attive in modo prevalente o esclusivo nei settori del welfare a livello nazionali è di 62%. Tale dato proviene dalla rilevazione della FIVOL (Fondazione Italiana per il Volontariato) del 2001. Fonte: Regione Piemonte, *Il volontariato in Piemonte. La realtà piemontese nella rilevazione FIVOL 2001*, Torino: Regione Piemonte, 2002.

attività sociali da parte dei cittadini ed in particolare presso "istituzioni culturali, ricreative o di altro tipo[65]", le statistiche ufficiali evidenziano come nel periodo 1998-2001 – il 2001 è l'ultimo anno per cui sono disponibili i dati – il coinvolgimento in tali istituzioni non abbia conosciuto significative variazioni, tanto a livello nazionale quanto a livello regionale.
In Italia, nel 1998, le persone di 14 anni e più che hanno partecipato almeno una volta durante l'anno ad una riunione presso un'associazione culturale, ricreativa o di altro tipo rappresentavano l'8,9%, quota che scende all'8,4% nel 2001. In Piemonte tale percentuale, superiore rispetto alla media nazionale, era pari al 9,3% nel 1998 e al 9,1% nel 2001. A livello territoriale è il Nord-Est che registra la maggiore percentuale di coloro che hanno partecipato ad una riunione presso un'istituzione di tale tipologia, in particolare la quota più elevata è segnata dal Trentino-Alto Adige (23,3% nel 2001), mentre Sud e Isole registrano la percentuale minore.

Tab. 47 Persone di 14 anni e più che hanno partecipato almeno una volta l'anno a riunioni in associazioni culturali, ricreative o di altro tipo

	1998	2001
Piemonte	*8,9%*	*8,4%*
Italia Nord-occidentale	10%	8,8%
Italia Nord-orientale	12,8%	12,9%
Italia centrale	7,6%	7,2%
Italia meridionale	6,6%	6,2%
Italia insulare	6,7%	6,1%
Italia	8,9%	8,4%

Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT

[65] ISTAT, *Cultura, socialità e tempo libero. Indagine Multiscopo sulle famiglie*. "Aspetti della vita quotidiana", anni 1998 e 2002, Roma.

Musei, beni culturali e bacini d'utenza

Nel 2003 il Sistema Museale Metropolitano tocca e supera per la prima volta i due milioni di visite nelle 38 diverse sedi monitorate. Per un confronto significativo è sufficiente uno sguardo retrospettivo all'ultimo decennio: si noterà come nel 1993 nello stesso ambito metropolitano si contavano poco meno di 670 mila visite in 18 sedi tra musei e beni culturali. Il rapporto è evidente: se l'offerta è poco più che raddoppiata (passando da 18 musei e beni culturali aperti al pubblico ai 37 del 2003), la domanda è almeno triplicata, con un effetto di trascinamento incrementale accentuato e poco prevedibile almeno fino al 1998 – anno di Ostensione della Sindone – che, dopo un assestamento del triennio precedente attorno a quota un milione, aveva fatto registrare 1.309.000 visite in 21 sedi aperte, solo settemila in più rispetto al picco di 1.302.000 ottenuto in occasione dell'Ostensione del 1978, esattamente 20 anni prima. A differenza di quest'ultima ricorrenza citata, a partire dal 1998 il picco massimo viene superato ripetutamente e la domanda segue la progressione di aperture e riaperture di musei e beni culturali con una velocità mai registrata in precedenza. Questa performance si dimostra ancora più rilevante se si considera che il turismo, seppure in crescita, non ha raggiunto livelli – se non nel 1998 e nel 2000 – in grado di spiegare tale incremento repentino delle visite. Si tratta dunque di una domanda prevalentemente locale e di una nuova posizione di centralità conquistata nel sistema dei consumi da musei, mostre e visite a beni culturali, dato confermato anche dall'ISTAT a livello nazionale, sia pure con trend di crescita meno accentuati. Importante in questo senso è l'uso in ambito metropolitano dell'Abbonamento Musei, che vede medie di utilizzo superiori a otto visite in un anno e rappresenta attorno al 10% delle totale delle visite effettuate.

I dati registrati in questo decennio fanno pensare che, per le fasce di alto consumo culturale, gli utenti reali coincidano per larga parte con il bacino potenziale, come rimarcato nel corso della relazione, mentre restano margini di espansione dell'utenza verso le fasce di consumo culturale medio-basse, tuttavia assai più difficili da catturare e fidelizzare.
Se l'incremento più vistoso si registra nel Sistema Museale Metropolitano, il territorio regionale mostra comunque nel suo complesso un'interessante dinamica di crescita ed una capacità di sostenere/attirare flussi di visitatori, nel capoluogo come nel resto della regione (in particolare nella provincia di Cuneo, che mostra forti segnali di vitalità nella domanda/offerta di musei, mostre e beni culturali).

Le sfide e gli obiettivi futuri di questo settore, sviluppatosi vigorosamente negli ultimi anni, si giocano proprio nel sostegno alle dinamiche di crescita della domanda dell'area metropolitana e nella capacità di diffondere all'intero territorio regionale l'interesse e l'attrazione per il sistema dei beni culturali. Non c'è dubbio che per l'ottenimento di tali risultati occorra promuovere una maggior mobilità degli utenti piemontesi su tutto il territorio regionale, ma anche attirare una domanda esterna di turismo culturale che può già oggi trovare strutture solide ed un'ampia offerta integrata di musei, beni culturali, paesaggi e cultura enogastronomica di alto livello.

In questo quadro, la risorsa indispensabile per lanciare il territorio nelle mete internazionali del turismo culturale e promuovere quindi un salto di scala nella capacità di attrazione, nella notorietà e nell'immaginario, deve risiedere nel prossimo futuro nel sistema delle Residenze Sabaude – la Corona delle Delizie – che ci si aspetta assuma un ruolo propulsivo per un territorio attualmente già strutturato e ricco di offerte culturali.
Il sistema delle Residenze Sabaude, che ha finora attivamente contribuito a generare il com-

plesso delle visite conteggiate in ambito metropolitano (si pensi a Palazzo Reale, a Stupinigi, soprattutto in occasione delle grandi mostre, ad Agliè, a Racconigi ed alla progressione costante di visitatori alla Reggia ed al parco) e che ha nel contempo assorbito ingenti risorse per il restauro e la rifunzionalizzazione (si pensi sempre a Stupinigi, al Castello del Valentino, alla restituzione all'uso di Pollenzo e, soprattutto, a Venaria), non ha infatti ancora espresso – come sistema unitario – il pieno delle sue potenzialità.

Anche il solo complesso Venaria – La Mandria rappresenta, a livello internazionale, un vero e proprio comprensorio naturalistico-monumentale, un arcipelago di potenziali offerte culturali di dimensioni eccezionali. Occorrerebbe ora "costruire" un'immagine forte del sistema nelle aspettative e nella percezione del pubblico locale ed extra locale, per poterlo poi soddisfare con una messa in offerta progressiva dei beni restaurati e restituiti all'uso pubblico. Fondamentale nel raggiungimento di tali obiettivi è il fattore tempo, da sfruttare a partire dai cantieri, che dovrebbero diventare parte di un sistema di costruzione delle aspettative e di comunicazione internazionale, a proposito della ri-costituzione delle stesse strutture. Sarebbe inoltre opportuno coordinare i tempi delle creazione delle aspettative, della comunicazione locale ed internazionale con una regia controllata di riaperture, inaugurazioni ed eventi che sottolinei e renda note le diverse tappe di emersione del sistema. Il turismo culturale è sempre più attento ed articolato in una molteplicità di nicchie, e mostra interesse anche per le visite ai cantieri, le visite in occasione di riaperture anche parziali di grandi musei e complessi monumentali; si tratta di un turismo "di architettura" nuova e recuperata, che apre possibilità di legare parti di rigenerazione urbana ed opere olimpiche al restauro del patrimonio storico. Molte capitali europee hanno già sperimentato e sperimentano con successo la possibilità di rendere le opere di trasformazione urbana strumento di marketing territoriale e motivo di comunicazione, di competitività e di attrazione. Il comprensorio Venaria – La Mandria garantisce da solo una molteplicità di occasioni di alto profilo: ad esempio, solo un piccolo numero di visitatori del cantiere è oggi consapevole del fatto che Sant'Uberto è un gioiello dell'architettura barocca internazionale che non teme confronti, o che il futuro Museo del Paesaggio sarà inserito in un contesto naturale antropizzato in modi estremamente differenti, dai giardini all'italiana fino alla riserva di caccia.

Ma è il sistema complessivo delle Residenze Sabaude, iscritte dall'Unesco nella lista del patrimonio mondiale, a dover emergere pezzo per pezzo all'attenzione locale ed internazionale attraverso una strategia unitaria, capace di trascinare l'utenza extra-locale in "un'immersione" negli itinerari dei beni culturali del Piemonte. Alla grande stagione di restauri inaugurata da circa un decennio occorre far seguire una stagione di "valorizzazione" dei beni, di loro "messa in offerta" progressiva, anche nel caso di quei beni che si presentano parzialmente ancora come cantieri.

Cinema e fiction tra saturazione dell'offerta e costruzione di nuovi immaginari

Il 2003 ha visto proseguire la competizione tra multiplex e multisale in un gioco complessivamente a somma zero, che vede soccombere le sale tradizionali, perlopiù localizzate nei centri urbani, a favore dei multiplex disposti a corona attorno alle principali città. Nonostante il grande investimento di capitali, la domanda non aumenta e risulta sensibile come sempre alla programmazione dei blockbuster; si rilocalizzano in compenso i consumi in traiettorie extra-urbane e verso i nuovi centri di loisir, diminuisce la tenitura media dei film, la presenza media nelle sale; ne risente l'articolazione e la varietà dell'offerta e della distribuzione. Non sono ancora percepibili i segni di una transizione verso una seconda fase di ristrutturazione dell'offerta e dei multiplex, come avvenuto in altre realtà, ovvero in una

miniaturizzazione delle sale in grado di consentire un'estrema diversificazione dell'offerta – per sala, per orario, per tipo di filmografia – e quindi reagire con sensibilità alla minima variazione di flusso, all'accenno di qualsiasi "nouvelle vague", anche, e soprattutto, al di fuori dei blockbuster.
Ad oggi si registrano in Piemonte, a fronte di rivoluzioni sul lato dell'offerta, piccole variazioni percentuali sul lato della domanda, che sottendono tuttavia una profonda trasformazione dei comportamenti, una delocalizzazione dei consumi dal centro verso le periferie che probabilmente implica anche cambiamenti di target, un rarefarsi del tessuto di cinefili urbani a fronte dell'incremento di un consumo che incrocia multiplex, cinema, iperstore e outlet di grandi marche e che è caratteristico proprio dell'emergere di nuove polarità, di nuovi annodamenti urbani nella trama dell'urbanizzazione diffusa.

Se sul versante della distribuzione e della domanda di cinema il quadro sembra contraddittorio e problematico, occorre registrare invece come divengano vieppiù apprezzabili e sensibili gli impatti prodotti dalla filmografia e dalla fiction che usa i territori del Piemonte come location: il lavoro costante di FilmCommission nel promuovere il Piemonte come set cinematografico d'eccellenza e nel facilitare le operazioni di ripresa, produce ora una massa critica di ritorni e di effetti che fanno ben sperare per il prossimo futuro. Non solo le troupe divengono presenza non eccezionale in città ed in regione, ma i film e le location delle fiction promuovono una curiosità diffusa per i luoghi reali, un desiderio di contatto, di presenza. Le recentissime esperienze di *Dopo mezzanotte* di Davide Ferrario e della fiction televisiva *Elisa di Rivombrosa*, per citare due esempi estremamente distanti per narrazione e per tipologia di spettacolo, mostrano le grandi potenzialità di fascinazione e di diffusione di una realtà locale che ha molto bisogno di trovare vettori di comunicazione verso un largo pubblico extralocale molto poco informato sulle risorse culturali del Piemonte. In particolare la fiction *Elisa di Rivombrosa*, nel suo rapporto totalmente decontestualizzato con la location reale di Agliè trasferita in un altrove storico-geografico, mostra la potenza di un "qualunque immaginario" per promuovere un particolare sito, in questo caso una Residenza Sabauda. Ciò deve far riflettere ulteriormente su come sia necessario – parallelamente ai grandi restauri – lavorare sulla costruzione di un immaginario veicolabile a proposito delle Residenze Sabaude (ovviamente non focalizzato in una qualunque fiction: ad alcune delle leggi della fiction si deve comunque rispondere se si vuole affascinare un vasto pubblico di turisti culturali e si vogliono rappresentare i dati storici in una cornice immediatamente riconoscibile). Per una regione e per un capoluogo, Torino, ancora per certi versi afflitto da un'immagine di grigia città-fabbrica che stenta a tramontare soprattutto tra coloro che Torino non conoscono, una componente di una strategia di diversificazione si gioca anche nella costruzione degli immaginari e nella conoscenza di paesaggi, sapori, vissuti e scenari che ad altre fascinazioni si ispirano.

Lo spettacolo dal vivo e la frammentazione dell'offerta

La relazione di quest'anno consente un confronto triennale dei dati piemontesi con la situazione italiana e mette in evidenza significative convergenze. In termini generali si percepisce un costante lavorio che produce un forte incremento del numero di spettacoli offerti, senza tuttavia un forte riscontro in termini di aumento della domanda, che appare assai stabile e poco sensibile alle mutazioni. Sembra comunque possibile individuare una polarizzazione attorno a due fenomeni opposti: da una parte la presenza di alcuni spettacoli blockbuster capaci di catalizzare forti utenze (tra questi, anche in Piemonte emerge il musical); dall'altra una frammentazione pulviscolare dell'offerta di spettacoli che va a comporre uno scenario estremamente diversificato e diffuso, caratterizzato da una "miniaturizzazione" dell'offerta che vede ridursi i tempi di tenitura degli spettacoli ed il numero delle repliche. Per quanto la situazione non sia di facile decifrazione, sembrerebbe questa una delle modalità di reazione

dell'offerta ad una domanda poco elastica: gli elementi di dinamicità e gli indicatori di vitalità – si pensi al teatro "giovane" in Piemonte ed all'emergere di nuovi soggetti interessanti – appaiono caratterizzare più decisamente la produzione e gli operatori culturali che non il pubblico. Se questa tendenza fosse confermata anche nel prossimo futuro, diverrebbe importante riflettere sulle modalità attraverso le quali sostenere la domanda di spettacolo e aiutare l'offerta ad incontrare una domanda apparentemente poco reattiva in termini generali, se si eccettua un ristretto numero di spettacoli e l'emergere del musical come genere di spettacolo di forte attrattività.
La situazione è in realtà più complessa di quanto non emerga dall'esclusiva analisi dei dati SIAE, tra l'altro meno completi e dettagliati di quanto non fossero nel precedente sistema di rilevamento legato all'esazione delle imposte. Mancano nel conto complessivo dei biglietti alcuni tra i circuiti regionali che contribuiscono significativamente sia a strutturare il panorama dell'offerta sia a catturare serbatoi importanti di domanda: solo Piemonte in Musica ha realizzato 883 concerti nel 2002 e 888 nel 2003. Il fatto che si tratti di spettacoli ad ingresso gratuito rende invisibile il fenomeno alle statistiche ma, nella realtà, rafforza il ruolo di Piemonte in Musica come strumento per "un'irrigazione" capillare del territorio regionale, attraverso un'offerta di musica che si confronta con un'affluenza stimata (si tratta ovviamente in questo di stime con una certa aleatorietà) tra i 200 ed i 250 mila spettatori.
Un discorso analogo, sull'invisibilità dei dati statistici e sulla concretezza dell'offerta, riguarda il circuito Teatro Ragazzi e l'attività nella scuole: all'interno di 916 rappresentazioni totali tra settembre 2002 e agosto 2003, si contano ben 528 recite scolastiche, 69 comuni coinvolti e 115 compagnie. Se il pubblico totale per tutte le recite viene stimato attorno alla 185 mila unità, almeno la parte delle recite scolastiche – superiori alla metà delle recite totali – sfugge al conteggio statistico. A questa quota di domanda invisibile vanno aggiunti per il Teatro Ragazzi 270 laboratori condotti tra 2002 e 2003, con un pubblico stimato poco al di sotto delle 50.00 unità.

Neppure emerge dai dati – né potrebbe essere, in quanto elemento qualititativo percepibile, ma di difficile misurazione – la tendenza ad un maggior radicamento di anno in anno dei festival all'interno dei loro territori e ad una crescita del ruolo di attrattori, capaci di illuminare sempre più non solo una specifica offerta culturale – che rimane l'oggetto principale – ma un sistema complessivo d'offerta in cui la specificità del luogo, la struttura territoriale e paesaggistica assumono un rilevo più percepibile e presente. È questa una preziosa componente dell'attività festivaliera che i festival stessi dovrebbero mettere in evidenza nel dialogo con gli altri attori territoriali, poiché potrebbe rivelarsi fattore di grande importanza in una politica di sostenibilità e sviluppo sul lungo periodo, aprendo ad una strategia che comprenda una molteplicità di attori coinvolti anche al di fuori del comparto culturale.
Tra le tendenze – sempre sotto-traccia rispetto ai macro dati regionali – si registra una maggior diffusione di concerti jazz, grazie anche alla nascita di nuovi festival, ed una forte diffusione di spettacoli di danza su tutto il territorio regionale, nei festival, nei teatri e anche nelle scuole attraverso il circuito Teatro Ragazzi. I concerti di danza in particolare – dizione con la quale nelle statistiche SIAE compaiono le rappresentazioni non riconducibili al balletto classico e più inclini all'ibridazione con altre forme di spettacolo dal vivo – mostrano una "agilità ed una flessibilità" sufficiente ad una distribuzione capillare sul territorio regionale.
Agilità, flessibilità, minimalismo degli allestimenti e dei relativi costi sono anche alla base della diffusione dei recital condotti da un solo attore o del teatro di narrazione, sicuramente promosso presso il grande pubblico dalle performance televisive di Paolini; proprio questa riduzione all'essenziale consente la miniaturizzazione dell'apparato produttivo, fattore che si ipotizzava in precedenza come una delle risposte possibili ad una certa staticità delle affluenze. Se il recital consente una risposta altamente flessibile alla reattività della domanda ed all'incertezza dei costi, lo stesso problema di dotazione di margini di flessibilità viene affrontato all'altro estremo dal musical attraverso allestimenti che ne consentano la serialità: stesse

scene, regie, costumi e forte turn over degli attori, per poter programmare numerose riprese in diversi contesti. Si tratta di una logica apparentemente estranea ai restanti generi teatrali, che di solito vedono lo spettacolo legato ad una compagnia e ad un regista e che storicizzano un particolare allestimento di una particolare stagione.

La profonda trasformazione del circuito del Teatro Stabile in Fondazione, avviata nel 2003, si inserisce in una ricerca di maggior efficacia ed efficienza nella circuitazione di spettacoli propri ed altrui sull'intero territorio regionale. Il potenziamento dei servizi, la maggiore autonomia dei bilanci e dei centri di costo, un rapporto più stretto con le autonomie e le realtà locali dovrebbero consentire una maggior rispondenza della programmazione alle situazioni locali ed una capacità di leggere ed interpretare la domanda territoriale, avendo nel contempo i mezzi adeguati per adattare e confezionare appropriatamente l'offerta.
Rispetto ad una diffusa esigenza di recupero di flessibilità e di agilità all'interno dei diversi gruppi di operatori dello spettacolo dal vivo, come risposta a possibili domande poco reattive o a diminuzione di risorse da investire, più in difficoltà potrebbe apparire in futuro il comparto della lirica, da sempre caratterizzato da un pesante e strutturato apparato produttivo, poco adatto a repentini mutamenti di rotta e a veloci risposte adattative, per la complessità stessa del livello organizzativo ed istituzionale. Il passaggio da Enti Lirici a Fondazioni Liriche non sembra aver modificato significativamente queste caratteristiche. Se dunque i livelli di produzione e di affluenza alla lirica messi in campo dal Teatro Regio nelle passate stagioni mostrano una sostanziale tenuta, alcuni elementi di fragilità per il futuro possono essere letti nella necessità di contenimento dei bilanci pubblici, innanzitutto a livello nazionale, che non mancherebbero di ripercuotersi a cascata sulle istituzioni locali, ed in particolar modo su quelle più strutturate e di grandi dimensioni.

Emerge il tema dello sviluppo sul medio periodo di un sistema di sostegno delle istituzioni culturali il più possibile intrecciato con la comunità locale, con le sue domande e le sue peculiarità da un lato, ma anche con le sue risorse e le sue capacità di sostenere investimenti di lungo periodo e di ampio respiro. Sembra questa sempre più una delle garanzie necessarie per costruire un futuro di sviluppo delle istituzioni culturali – e non solo certamente dello spettacolo – e per fronteggiare con capacità e possibilità di programmazione anche periodi di turbolenza nell'erogazione delle risorse.

La produzione culturale, tra artigianato locale e globalizzazione

Nel corso dei sette anni di attività dell'Osservatorio il comparto della produzione, e più nello specifico dell'industria culturale, è andato evolvendo con ritmi accelerati che ne hanno profondamente modificato la struttura. Le tendenze, man mano descritte nelle diverse relazioni annuali, ora come sollecitazioni verso il cambiamento, ora come pressioni sulle strutture produttive, ora come sfide per la sopravvivenza di gruppi di attori e imprenditori, si dispiegano oggi nella loro complessità e ci restituiscono un'immagine in forte movimento, sempre più difficilmente confrontabile in serie storiche comparabili, sempre meno riconducibile ad un insieme coerente e conosciuto, per numero di aziende, per numero di occupati, per dimensioni economiche attendibili del comparto e del suo indotto.

La tendenza che abbiamo più volte definito come la "convergenza verso la filiera dei contenuti" di editori, video maker, produttori multimediali, operatori della cultura è oggi una realtà consolidata sotto gli occhi di tutti, ed i suoi effetti sono di vastissima portata anche in quei settori dove apparentemente le nuove tecnologie e l'innovazione non hanno "bucato" e non si sono imposte. Il libro continua ad avere perlopiù il suo rassicurante formato cartaceo e resiste tranquillamente alle tentazioni *on line* ed *on demand*; l'invasione di e-book, da alcu-

ni preannunciata, non si è ancora verificata e ciò fa pensare che questo antico oggetto cartaceo non sia così in pericolo nel futuro prossimo. Il libro resiste al cambiamento, si può riconoscerlo e tracciarlo nei suoi passaggi all'interno della filiera dalla produzione alla vendita, ma in compenso in Italia cento milioni di libri venduti sono passati con i giornali attraverso le edicole senza entrare nelle librerie e la figura dell'editore "puro" per le aziende di grandi dimensioni va scomparendo in un turbinio di fusioni, riacquisizioni, ricomposizioni di holding finanziarie ed industriali. Sul piano dei consumi, invece, fa la sua comparsa il "lettore soft", un lettore non di libri di narrativa e saggistica – non più e non solo – che è esposto ad una comunicazione e ad una "irradiazione" altra di prodotti culturali e multimediali, ivi comprese le peregrinazioni in rete.
Dunque il libro resiste, ma è cambiato il mondo attorno ad esso e, quindi, il senso complessivo che assume anche nelle statistiche: i produttori sempre più raramente sono esclusivamente editori librari ma, via via con maggiore frequenza, colossi dell'entertainment o raggruppamenti industriali multinazionali; di contro sul fondale dove emergono lettori soft e consumatori di nuovi prodotti multimediali sbiadisce il significato statistico del numero di libri letti in un anno come indicatore privilegiato del consumo culturale a cui rapportare altre variabili collaterali.

Altre rivoluzioni hanno interessato la riproduzione musicale, sconvolta dalle molteplici possibilità di download e dall'incremento in potenza e qualità degli algoritmi di compressione, sfidando l'esistenza stessa delle major discografiche, solo pochi anni fa considerate tra i colossi dell'industria culturale mondiale. Anche in questo ambito autori, musicisti e prodotti musicali resistono, ma si complicano e si intrecciano i canali di distribuzione, si erodono i meccanismi economici fondati sui diritti di autore, emergono vaste aree di diffusione e di disponibilità di prodotti musicali al di fuori delle tradizionali filiere.

Resistono i prodotti, magari su un altro supporto, o vengono integrati in altri prodotti ancora, ma la vera rivoluzione riguarda i produttori e gli attori di tutta la filiera fino alla distribuzione: è qui che le tassonomie statistiche usate in passato mostrano tutta la loro inadeguatezza, è qui che non si riesce più a distinguere tra editoria libraria, multimediale, e altre attività di produzione di contenuti e media, con il rischio che le vecchie classificazioni utilizzate (almeno tot libri in catalogo, una produzione non inferiore all.., numero di addetti) individuino nicchie sempre più ristrette di "artigianato locale", con punte di eccellenza indubitabili, ma sempre più minoritarie rispetto all'insieme della produzione, fortemente influenzata da fenomeni globalizzati e globalizzanti. Si "cattura" nell'indagine il piccolo editore d'arte, ma sfuggono i grandi gruppi multinazionali che integrano al loro interno l'intera filiera dei contenuti e altre attività ancora. A questa trasformazione s'aggiunge una dimensione finanziaria globalizzata, caratterizzata da capitali "erratici" sempre meno riconducibili ad ambiti territoriali definiti. Qual è il territorio al quale riferire ordini di grandezza economici relativi a gruppi multinazionali? L'area in cui si localizzano le sedi legali, oppure i singoli stabilimenti produttivi, o i centri direzionali delle holding finanziarie? Rispetto a questa complessità la dimensione regionale appare fuori gioco sia come unità statistica e di studio a cui riferire dinamiche e ordini di grandezza, sia come dimensione congruente per politiche di sviluppo e di interazione con il comparto dell'industria culturale.

Dunque una difficoltà intrinseca allo studio di questo settore, una ulteriormente complessità irriducibile a singoli elementi conosciuti e controllabili, ad una tassonomia sperimentata e rassicurante. Convergenza nella filiera dei contenuti di settori produttivi un tempo differenziati, de-territorializzazione delle funzioni finanziarie e di controllo, ristrutturazioni degli assetti produttivi e finanziari rendono ardua e difficoltosa una ricerca che si ponga come obiettivo una ricostruzione rappresentativa di una realtà territoriale in un determinato momento.

Sembra di essere soggetti ad un potente principio di indeterminazione: se si ricostruiscono le dinamiche ed i processi, le tendenze del mercato, le risposte degli attori e dei protagonisti dell'industria culturale, si riesce a fornire un quadro sintetico, ma non si riesce a produrre una classificazione stabile ed una quantificazione dei principali ordini di grandezza capace di resistere a serie storiche di media lunghezza in un territorio determinato. Se viceversa ci si focalizza sulle economie degli attori censibili in un determinato territorio, sfuggono completamente le dinamiche a-territoriali, le trasformazioni indotte dal mercato delle comunicazioni di massa all'interno delle quali si situano alcune delle produzioni culturali di punta e rimangono, invece, nel vaglio della ricerca le produzioni più legate a dimensioni tradizionali – spesso di alta qualità, ma sempre meno rappresentative in termini economici dell'insieme dell'industria culturale.

È una situazione di difficoltà palese quella che traspare dalle pagine dedicate alla ricostruzione dei diversi settori produttivi: si è tentata una mediazione tra il continuare a fornire alcuni elementi quantitativi (con la consapevolezza che i criteri su cui si basano inclusioni ed esclusioni appaiono, in qualche modo, sfocati e difficili da maneggiare) e si è cercato al contempo di spiegare alcune delle dinamiche e delle tendenze che influenzano, in modo massiccio, "anche" la realtà piemontese, tentando, semmai, di descrivere alcune specificità locali.
Tuttavia il tema di una riforma delle classificazioni e dei punti di vista dai quali osservare l'industria culturale si pone in termini evidenti: potrebbe rivelarsi più utile "tracciare" il percorso di alcuni prodotti culturali dalla produzione al consumo, o condurre alcuni studi su specifici casi che facciano emergere in modo paradigmatico le sfide e le mutazioni a cui è soggetto il mondo dell'industria e della produzione culturale. Occorre evidenziare, tuttavia, come in qualsiasi caso, in futuro, i quadri interpretativi legati all'industria culturale appariranno in certa misura frammentari, proprio in relazione alla complessità stessa del settore.
Ciò che emerge oggi con evidenza a chi ricerca è una complessità diversa, che non si lascia imbrigliare facilmente in semplici classificazioni, che supera i confini settoriali delle produzioni, che pone problemi di interazione e contiguità tra editoria libraria, periodica, televisiva e radiofonica, nuovi media, sistema delle emittenze, internet provider e consumi-produzioni legati alla rete e che sfida i già incerti criteri con i quali più volte si è cercato in modo empirico di definire cosa fosse cultura, cosa includere e cosa escudere. Occorre rimettere costantemente in discussione il lavoro fatto, per fornire rappresentazioni più adeguate di questa realtà in movimento: magari le immagini di riferimento non saranno più "fotografie" o icone statiche, magari si tratterà di rimettere in discussione i formati della ricerca fin qui condotta, con l'obiettivo di ottenere comunque analisi fedeli ed appropriate, per sezionare e ricomporre la complessità che attraversa il mondo contemporaneo della produzione culturale.

Luca Dal Pozzolo
Direttore dell'Osservatorio Culturale del Piemonte

BIBLIOGRAFIA

Fonti statistiche

Borsa Teatro, in "*Giornale dello Spettacolo*", *n. 19, 11 giugno 2004*, pp. 8-12.

BUNDENSMINISTERIUM FÜR BILDUNG – WISSENSCHAFT UND KULTUR, *Kulturbericht 2002*. Wien: Bm:bwk, 2003.

CENSIS/UCSI, *Primo rapporto annuale sulla comunicazione in Italia. Offerta di informazione e uso dei media nelle famiglie italiane*. Milano: Franco Angeli, 2002.

DEUTSCHER BÜHNENVEREIN, *Theaterstatistik 2001/2002*. Köln: Deutscher Bühnenverein, 2002.

DEUTSCHER BÜHNENVEREIN, *Theaterstatistik 2000/2001*. Köln: Deutscher Bühnenverein, 2001.

DEUTSCHER BÜHNENVEREIN, *Theaterstatistik 1999/2000*. Köln: Deutscher Bühnenverein, 2000.

ENGLISH HERITAGE, *Annual Report & Accounts 2001/02*. Swindon: English Heritage, 2002.

ENGLISH HERITAGE, *Annual Report & Accounts 2000/01*. Swindon: English Heritage, 2001.

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*.

GENERALITAT DE CATALUNYA – DEPARTAMENT DE CULTURA, *Estadìstiques culturals de Catalunya 2003*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura, 2003.

INSTITUT DE CULTURA DE BARCELONA, *Memòria 2001*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona – Institut de Cultura, 2002.

INSTITUT FÜR MUSEUMSKUNDE, *Statistische Gesamterhebung aus den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2002*. Berlin: Institut für Museumskunde, 2003.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA PORTUGAL, *Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio 2002*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística Portugal, 2003.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *I consumi delle famiglie. Anno 2001*. Roma: ISTAT, 2002.

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 2003*. Roma: ISTAT, 2003.

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

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *La produzione libraria 2002*, dati provvisori pubblicati all'indirizzo Internet: http://www.culturaincifre.istat.it.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *La produzione libraria 2001*. Roma: ISTAT, 2003.

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 1999-2000*. Roma: ISTAT, 2002.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *8° Censimento dell'industria e dei servizi. 2001*, pubblicato all'indirizzo Internet: 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, *Statistiche culturali. Anno 1998*. Roma: ISTAT, 2000.

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 2002*. Milano: Media Salles, 2002.

MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANÇAISE DE BELGIQUE, *Bilan de la culture edition 2001. Budgets culturels en Belgique (1995-2000). Etude des flux financiers de la Communauté française Wallonie-Bruxelles pour la culture (1997)*. Bruxelles: Ministère de la Communauté Française de Belgique, 2001.

MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION – DEPARTEMENT DES ETUDES ET DE LA PROSPECTIVE, *Chiffres clés 2002/2003. Statistiques de la culture*. Paris: La documentation française, 2003, a cura di Janine Cardona e Chantal Lacroix.

MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION – DEPARTEMENT DES ETUDES ET DE LA PROSPECTIVE, *Chiffres clés 2001. Statistiques de la culture*. Paris: La documentation française, 2002, a cura di Janine Cardona e Chantal Lacroix.

MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI – DIPARTIMENTO DELLO SPETTACOLO – OSSERVATORIO DELLO SPETTACOLO, *Relazione sulla utilizzazione del Fondo Unico dello Spettacolo 2002*. Roma: Ministero per i Beni e le Attività Culturali, 2004.

MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI – UFFICIO DI STATISTICA, *Statistiche culturali. Anno 2000*. Roma: Ministero per i Beni e le Attività Culturali, 2003, pubblicatoall'indirizzo Internet:
http://www.sistan.beniculturali.it/Statistiche%20Culturali%202000.pdf.

National Board for Antiquities, *Museums in Finland 2000. Statistics*. Helsinki: National Board for Antiquities, 2001, pubblicato all'indirizzo Internet:
http://www.nba.fi/DEVELOP/MUSEUMS/museumstatis00.htm#Personnel

OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUEBEC, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec. Édition 2003*. Quèbec City: Institute de la Statistique de Quèbec.

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 GENARAL DE AUTORES Y EDITORES, *Anuario SGAE de las artes escénicas, musicale y audiovisuales 2003*. Madrid : SGAE, 2004.

SOCIETÀ ITALIANA DEGLI AUTORI ED EDITORI, *Il quaderno dello spettacolo in Italia. Statistiche 2002*. Roma: S.I.A.E., 2003.

SOCIETÀ ITALIANA DEGLI AUTORI ED EDITORI, *Il quaderno dello spettacolo in Italia. Statistiche 2000 e 2001*. Roma: S.I.A.E., 2002.

STATENS KULTURRÅD, *Kulturalstatistikk 2002*. Stockholm: Statens kulturråd, 2003.

STATENS KULTURRÅD, *Museer och Konsthallar 2002*. Stockholm: Statens kulturråd, 2003.

STATENS KULTURRÅD, *Cultural facts*, Stockholm: Statens kulturråd, 2001.

STATISTIC DENMARK, *Statistical Yearbook 2002*. Copenhagen: Statistic Denmark, 2003.

STATISTIK AUSTRIA, Kulturstatistik 2002. Wien: Statistik Austria, 2004.

STATISTISK SENTRALBYRÅ, *Kulturstatistikk 2002*. Oslo-Kongsvinger: Statistisk sentralbyrå, 2004.

UNIONE DELLE CAMERE DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO AGRICOLTURA DEL PIEMONTE, *Piemonte in cifre 2003*. Torino: Unioncamere Piemonte, 2003.

Rapporti e studi

ASSESSORATO ALLA CULTURA DELLA CITTÀ DI TORINO, *I primi visitatori del Museo Diffuso della Resistenza, della Deportazione, della Guerra, dei Diritti e della Libertà*. Torino: "Quaderni dei Musei Civici", n. 10, 2004.

ASSESSORATO ALLA CULTURA DELLA CITTÀ DI TORINO, *Un museo, tanti pubblici. Condizioni di accessibilità per i visitatori anziani. Risultati di un'indagine*. Torino: "Quaderni dei Musei Civici", n. 8, 2002.

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

ASSOCIAZIONE CENTRO SERVIZI VOLONTARIATO DELLE PROVINCE DI BIELLA, VERCELLI, NOVARA E VCO, *Strade di Servizio. Una ricerca sul Volontariato del Piemonte Orientale*. Biella: ACSV, 2002.

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 FRA LE CASSE DI RISPARMIO ITALIANE, *Quinto rapporto sulle fondazioni bancarie*, Roma: ACRI, 2000.

ASSOCIAZIONE FRA LE CASSE DI RISPARMIO ITALIANE, *Quarto rapporto sulle fondazioni bancarie*, Roma: ACRI, 1999.

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

ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI – UFFICIO STUDI (a cura di), *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia*. Milano: AIE, "Quaderni del Giornale della Libreria", n. 5, 2003.

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

ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI – UFFICIO STUDI (a cura di), *L'editoria libraria in Italia*. Roma: Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, "Quaderni di libri e riviste d'Italia", n. 49, 2002.

ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI, *Catalogo degli editori italiani 2003*. Milano: Editrice Bibliografica, 2003.

ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI, *Il mercato librario italiano. Rapporto 2001*. Milano: AIE, 2001, pubblicato all'indirizzo Internet: http://www.aie.it/Allegati/Mercato/Il%20mercato%20librario%20italiano%20%20Rapporto%202001.PDF.

BANCA D'ITALIA, *Note sull'andamento dell'economia del Piemonte nel 2003*. Torino: 2004.

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

BARZON G., BERTINI P., SORDI S., *Trovar lavoro in editoria*. Milano: Editrice Bibliografica, 1999.

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

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

CITTÀ DI TORINO – REGIONE PIEMONTE, *Musica in Piemonte 2001*, Torino: Sonda, 2001.

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

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

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

CONTI S., SOLIMINE G. (a cura di), *Indagine statistica sulle biblioteche piemontesi*. Torino: Regione Piemonte, 2002.

COUNCIL FOR MUSEUMS – ARCHIVES AND LIBRARIES, *Volunteers in the Cultural Sector*. London: Resource, 2002.

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

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

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'EAU VIVE – COMITATO GIORGIO ROTA, *La mappa del mutamento. 2001. Secondo rapporto annuale sulla Grande Torino*. Milano: Guerini e Associati, 2001.

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

FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO DI TORINO, *Bilancio sociale. Edizione 2002*. Torino: Fondazione CRT, 2002.

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

FRISANCO R. (a cura di) - SETTORE STUDI E RICERCHE FIVOL, *Terza rilevazione Fivol 2001 sulle organizzazioni di volontariato*. Roma: Federazione Italiana per il Volontariato, 2002.

FRISANCO R., RANCI C. (a cura di), *Le dimensioni della solidarietà*. Roma: Federazione Italiana per il Volontariato, 1999.

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.

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

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

MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI, *Rapporto 2000. Politiche, iniziative e progetti del Ministero per i Beni e le Attività Culturali*. Roma: Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria, 2001.

MORI, *Visitors to Museums & Galleries in the UK*. London: Resource, 2001.

NOMISMA, *Primo Rapporto Nomisma sull'applicazione della Legge Ronchey, 2000*, pubblicato all'indirizzo Internet:
http://www.museoscienza.org/musei-it/nomisma/PrimoRapportoLeggeRonchey.htm.

L'Oscar del pubblico al Gladiatore e a Guerre Stellari. La classifica internazionale del Giornale dell'Arte delle mostre più viste del 2001, in *"Il Giornale dell'Arte", n. 207, febbraio 2002*, pp. 22-26.

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

OSSERVATORIO REGIONALE DELLO SPETTACOLO/EMILIA-ROMAGNA, *Analisi delle linee di tendenza dell'occupazione*. Bologna: 2001.

PERESSON G., *Intanto il prezzo fisso continua, in "Tirature '04"*. Milano: il Saggiatore – Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, 2004.

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

PERESSON G., *Le cifre dell'editoria 2000*. Milano: Guerini e Associati, 2000.

PROFITA G., *L'industria audiovisiva italiana ed europea alle soglie della rivoluzione digitale*. Milano: Franco Angeli, 2001.

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

SELWOOD S. (a cura di), *The UK Cultural Sector. Profile and Policy Issues*. London: Policy Studies Institute, 2001.

SOLIMA, L. BOLLO A., *I musei e le imprese. Indagine sui servizi di accoglienza nei musei statali italiani*. Napoli: Electa Napoli, 2002.

Stato e mercato, *"Economia della Cultura", XIII n. 1/2003*. Bologna: Il Mulino, 2003.

Teatro ragazzi e giovani Piemonte. *Stagione 2000/2001*. Torino: Giunta Regionale del Piemonte, 2000 (suppl. a "Quaderni della Regione Piemonte – Montagna" n. 1/2000).

Theatralia 2001. Roma: Advertising Editing & Promotion, 2001.

TOURING CLUB ITALIANO – CENTRO STUDI (a cura di), Ministero per i Beni e le Attività culturali. *L'annuario della Cultura 2004*. Milano: TCI, 2004.

TOURING CLUB ITALIANO – CENTRO STUDI, *L'annuario del turismo 2002*. Milano: TCI, 2002.

TOURING CLUB ITALIANO, *Musei: il sistema vincente. Nuove frontiere del turismo culturale*. Milano: TCI, 2001, atti dell'incontro di studio, Torino, 7 ottobre 2000.

VIGINI G., *L'editoria in tasca*. Milano: Editrice Bibliografica, 2004, p. 23.

WRIGHT M. SELWOOD S., CREASER C. DAVIES J.E., *UK Museums Retrospectives Statistics Projects*. Loughborough: Loughborough University, 2001.

Siti Internet

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA: <http://www.istat.it>
MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI: <http://www.beniculturali.it>
MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI – SISTAN:
<http://www.sistan.beniculturali.it/Indexstat.htm>.
REGIONE PIEMONTE: <http://www.regione.piemonte.it>
PROVINCIA DI ALESSANDRIA: <http://www.provincia.alessandria.it/>
PROVINCIA DI ASTI: <http://www.provincia.asti.it>
PROVINCIA DI BIELLA: <http://www.provincia.biella.it>
PROVINCIA DI CUNEO: <http://www.provincia.cuneo.it>
PROVINCIA DI NOVARA: <http://www.provincia.novara.it>
PROVINCIA DI TORINO: <http://www.provincia.torino.it>
PROVINCIA DEL VERBANO CUSIO OSSOLA: <http://www.provincia.verbania.it>
PROVINCIA DI VERCELLI: <http://www.provincia.vercelli.it>
COMUNE DI ALESSANDRIA: <http://www.comune.alessandria.it>
COMUNE DI ASTI: <http://www.comune.asti.it>
COMUNE DI BIELLA: <http://www.comune.biella.it>
COMUNE DI CUNEO: <http://www.comune.cuneo.it>
COMUNE DI NOVARA: <http://www.comune.novara.it>
COMUNE DI TORINO: <http://www.comune.torino.it>
COMUNE DI VERCELLI: <http://www.comune.vercelli.it>, <http://www.vercelli.net>

AEDON – RIVISTA DI ARTI E DIRITTO ON LINE: <http://www.aedon.mulino.it>
ALICE. IL LIBRO NELLA RETE: <http://www.alice.it/>
ANTENNA MEDIA TORINO: http://www.antennamedia.to.it
ASSOCIAZIONE CASSE DI RISPARMIO ITALIANE: <http://www.acri.it>.
ASSOCIAZIONE DIMORE STORICHE ITALIANE:
<http://www.uehha.org/it/news3it.htm>
ASSOCIAZIONE FERT:<http://www.arpnet.it/fert>
ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI: <http://www.aie.it>
ASSOCIAZIONE ITALIANA FILM D'ANIMAZIONE: <http://www.asifaitalia.org>
ASSOCIAZIONE DEI SERVIZI E DEI CONTENUTI MULTIMEDIALI:
<http://www.anee.it>
BROADCAST PRODUCTION: <http://www.broadcasting.it>

CSP – CENTRO DI ECCELLENZA PER LA RICERCA, SVILUPPO E SPERIMENTAZIONE DI TECNOLOGIE
AVANZATE INFORMATICHE E TELEMATICHE: <http://www.csp.it>
EXIBART: <http://www.exibart.com>
FAI – FONDO PER L'AMBIENTE ITALIANO: <http://www.fondoambiente.it>
FIERA INTERNAZIONALE DEL LIBRO DI TORINO http://www.fieralibro.it/
FIMI – FEDERAZIONE INDUSTRIA MUSICALE ITALIANA: <http://www.fimi.it>
FRANKFURTER BUCH-MESSE: http://www.frankfurt-bookfair.com/en/portal.html
INFORMAZIONI EDITORIALI: <http://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: <http://www.italiapianetalibro.it>
ITP – INVESTIMENTI A TORINO E IN PIEMONTE: <http://www.itp-agency.org>
KWART – RIVISTA ON LINE DI ARTE E CULTURA DI KATAWEB:
<http://www.kwart.kataweb.it/kwart/ita/index.jsp>
MEDIA SALLES: <http://www.mediasalles.it>
COMUNE DI TORINO – MUSEISCUOLA: http://www.comune.torino.it/museiscuola/
NEW MEDIA CENTERS: <www.newmediacenters.org>
IL SOLE 24 ORE ON LINE – ARTE E SPETTACOLO:
<http://www.ilsole24ore.com/sez.jhtml?id=5002>
SOCIETÀ ITALIANA DEGLI AUTORI ED EDITORI: <http://www.siae.it/>

ISBN 88-87276-52-8

IRES PIEMONTE
Via Nizza 18 - 10125 Torino - Tel. 011.6666411 - Fax 011.6696012