



**IRPET** Istituto Regionale  
Programmazione  
Economica  
della Toscana

# Position Paper **CULTURA E BENI CULTURALI**



**Regione Toscana**



Firenze, Giugno 2021

## RICONOSCIMENTI

Questo studio è stato commissionato all'IRPET da Regione Toscana - Autorità di Gestione del POR-FESR e costituisce un aggiornamento del precedente lavoro del 2018, estratto dal report "Le Roadmap della Piattaforma 'Tecnologie, Beni culturali e cultura'".

Il lavoro è stato realizzato da Sabrina Iommi, nell'ambito dell'Area di ricerca Sviluppo locale, sistemi produttivi e imprese coordinata da Simone Bertini.

L'allestimento editoriale è stato curato da Elena Zangheri.

## Indice

1.	Introduzione. Un cambiamento radicale del contesto di riferimento	5
2.	Definizione dell'ambito "Tecnologie, Beni culturali e Cultura"	5
3.	Il quadro pre-pandemia	6
4.	L'impatto del Covid-19	11
5.	Gli investimenti previsti dal PNRR	15
6.	Considerazioni di sintesi	19



## 1.

### **Introduzione. Un cambiamento radicale del contesto di riferimento**

L'aggiornamento di questo report avviene in una fase storica con caratteristiche molto diverse rispetto al periodo che l'ha preceduta.

La pandemia da Covid-19, esplosa sul territorio nazionale dal marzo 2020 e ancora in fase di contenimento, ha infatti costretto a modificare radicalmente le impostazioni di fondo della politica economica europea degli ultimi decenni, con una svolta a favore di una massiccia fase di investimenti pubblici, decisamente orientati a favorire la transizione verso un nuovo modello di sviluppo, basato su innovazione tecnologica, sostenibilità ambientale e inclusione sociale.

Il 2020 e parte del 2021 sono tuttavia anche gli anni che, per ragioni sanitarie, hanno visto succedersi decreti di chiusura totale e poi di riapertura selettiva di molte attività produttive, con perdite ingenti in alcuni settori (cultura e turismo *in primis*) e impatti importanti sui livelli occupazionali, pur mitigati dai massicci interventi di sostegno ai redditi messi in campo.

Lo shock dal lato dell'offerta e della domanda, che ha colpito in modo esteso anche il comparto dei servizi, ha provocato una recessione di dimensioni mai sperimentate prima, se non in tempo di guerra, con una contrazione del PIL regionale stimata in -11%. La riduzione dell'occupazione è stata finora contenuta grazie al blocco dei licenziamenti, ma si sta aprendo proprio adesso una fase molto delicata di rimozione dei vincoli, che potrebbe avere conseguenze sociali importanti.

Inoltre, sono in fase di programmazione risorse finanziarie di grande entità (si stimano circa 12 miliardi di euro per il periodo 2021-26), che offrono nuove prospettive di sviluppo, ma richiedono capacità di progettazione e realizzazione in tempi brevi, a fronte di una PA indebolita da anni di blocco del turn-over e di procedure amministrative lunghe e farraginose.

Si tratta, in breve, di una fase storica molto delicata, che unisce opportunità e rischi.

Venendo al settore della cultura e delle imprese culturali e creative, è evidente che il quadro strutturale dei soggetti pubblici e privati presenti nel sistema toscano e descritti nel precedente report resta sostanzialmente immutato (e almeno per il momento non sono disponibili dati affidabili per aggiornarlo), mentre ciò che è molto cambiato sono le prospettive e le opportunità di investimento, decisamente più ampie rispetto al passato, visto che la cultura è uno dei temi strategici del PNRR.

In questo contributo, pertanto, si richiamano velocemente le caratteristiche culturali del sistema toscano, si evidenziano gli impatti del Covid-19 e si descrivono le strategie di investimento previste dal PNRR.

## 2.

### **Definizione dell'ambito "Tecnologie, Beni culturali e Cultura"**

L'ambito applicativo delle Roadmap della Piattaforma Regionale "Tecnologie, beni culturali e cultura" è confermato e riguarda:

- i luoghi della cultura ed il patrimonio culturale (materiale e immateriale);
- le Istituzioni che operano nel settore della cultura e gli enti preposti alla tutela dei beni culturali;
- le Università, le Scuole di Alta Formazione e gli Organismi di ricerca pubblici e privati che operano nel campo della formazione e del trasferimento tecnologico;
- le imprese culturali e creative e i relativi ambiti tecnologici collegati alle produzioni culturali e artistiche, all'artigianato artistico e alla fruizione sostenibile del patrimonio culturale;
- le imprese *high-tech* attive nella produzione e applicazione di nuove tecnologie per il

- recupero, la conoscenza, la conservazione e la fruizione del patrimonio culturale;
- le imprese di restauro dei beni culturali (categoria OS2 del regolamento degli appalti sui beni culturali) e le imprese di recupero e manutenzione del patrimonio edilizio storico (categoria OG2 del regolamento già citato);
- le imprese del settore archeologico e conservazione del patrimonio culturale territoriale e le imprese dei servizi di gestione dell'accesso ai luoghi della cultura.

### 3.

#### Il quadro pre-pandemia

- *I luoghi della cultura: un'offerta ricca e diffusa, contro una domanda turistica alta e concentrata*

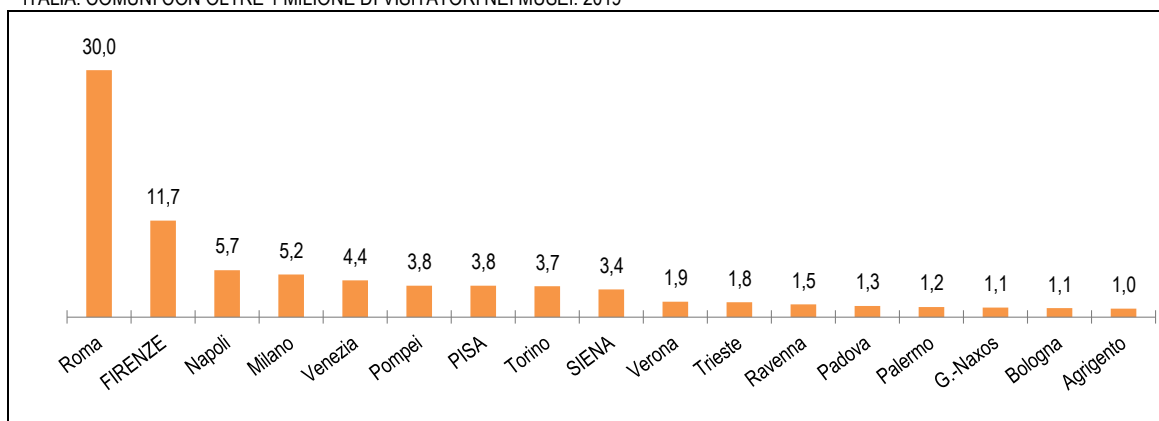
La Toscana è tra le regioni italiane con i livelli più alti di offerta culturale, vale a dire un ricco patrimonio di strutture, molto diffuso sul territorio. Pochi numeri sono sufficienti a darne le dimensioni: oltre 500 musei aperti al pubblico, 1.000 biblioteche, 300 luoghi dello spettacolo dal vivo, 160 cinema. Calcolando un indice di copertura territoriale regionale, che tiene conto della quota di Comuni sul totale che sono dotati di biblioteche, teatri, cinema e altri luoghi dello spettacolo la Toscana ottiene il risultato migliore, con un valore dell'indice pari a 130 contro la media italiana pari a 98.

La ricchezza del patrimonio culturale è uno dei principali fattori di attrazione dei flussi turistici della regione, che in termini di presenze annue in strutture ricettive ufficiali e seconde case superano i 95 milioni di unità e in termini di contributo al PIL si attestano su una quota pari al 12% del totale.

A fronte di un'offerta molto ricca e diffusa, tuttavia, è presente una chiara polarizzazione della domanda, che si rivolge alle strutture e ai luoghi più famosi a scala internazionale, con impatti negativi evidenti in termini di congestione (*overtourism*) e di distorsione del tessuto produttivo (eccesso di specializzazione turistica) e insediativo delle principali città (espulsione delle residenze).

Nel 2019, ultimo anno prima della pandemia, la Toscana è risultata seconda solo al Lazio per numero di visitatori nei musei e nelle strutture assimilabili, con 24 milioni di visitatori contro 33, dei quali quasi la metà concentrati nella sola città di Firenze (11,7 milioni) e due quote di circa il 15% ciascuna in quelle di Pisa (3,8 milioni) e Siena (3,4 milioni) (Graf. 1 e Tab. 2).

Grafico 1  
ITALIA. COMUNI CON OLTRE 1 MILIONE DI VISITATORI NEI MUSEI. 2019



Fonte: Istat, indagine sui musei

Tabella 2  
MUSEI E/O MONUMENTI CON OLTRE 500MILA VISITATORI ANNUI. 2019

Titolarità (1= Statale, 2= Altro)	Tipologia (1=museo, 2= monum.)	Nome Struttura	Comune	Nr. visitatori	% su totale Toscana	% cumulata
2	2	MUSEO DELL'OPERA DEL DUOMO DI SIENA	Siena	2.397.030	10,0	10,0
1	1	GALLERIA DEGLI UFFIZI E CORRIDOIO VASARIANO	Firenze	2.361.732	9,8	19,8
2	2	CATTEDRALE DI SANTA MARIA	Pisa	1.737.776	7,2	27,0
1	1	GALLERIA DELL'ACCADEMIA	Firenze	1.704.451	7,1	34,1
1	2	CIRCUITO GIARDINO DI BOBOLI	Firenze	1.252.944	5,2	39,3
2	1	IL GRANDE MUSEO DEL DUOMO DI FIRENZE	Firenze	1.228.668	5,1	44,4
1	1	PALAZZO PITTI - GALLERIA E APPARTAMENTI	Firenze	777.219	3,2	47,7
2	2	COMPLESSO MONUMENTALE DI SANTA CROCE	Firenze	723.054	3,0	50,7
2	1	MUSEO DI PALAZZO VECCHIO	Firenze	674.659	2,8	53,5
2	2	BATTISTERO DI PISA	Pisa	662.394	2,8	56,2
2	2	TORRE CAMPANARIA PENDENTE	Pisa	564.974	2,3	58,6

Fonte: Istat, indagine sui musei

La regione è dunque dotata di un ricco patrimonio diffuso che presenta ampi margini di valorizzazione e che costituisce un ottimo strumento di decongestionamento delle località più affollate. Basti pensare che nel 2019, le aree più periferiche, pur ospitando il 45% dei musei, ad esempio, hanno totalizzato solo l'11% delle presenze complessive.

Le politiche di valorizzazione del patrimonio culturale meno conosciuto e più diffuso sul territorio possono inoltre contribuire in modo determinante alla transizione verso un modello di turismo sostenibile, che riduca le esternalità negative sia sulle risorse naturali che sui bisogni delle comunità locali e che migliori gli impatti anche in termini di opportunità di lavoro più qualificate.

Le biblioteche e i musei comunali sono in assoluto le istituzioni più diffuse sul territorio, ma anche teatri e cinema non sono eccessivamente concentrati. La dotazione di strutture costituisce, dunque, allo stesso tempo il punto di forza della regione (ad esempio, i luoghi diffusi sul territorio possono rappresentare un ottimo veicolo di trasmissione di iniziative regionali, così come uno strumento di inclusione), ma anche la sua criticità principale, visto la sfida organizzativa e gestionale connessa alla presenza di molte piccole realtà, che hanno certamente grandi difficoltà a raggiungere obiettivi di sostenibilità economica e di innovazione. Per queste piccole strutture sono necessarie strategie collaborative di rete.

- *La domanda dei residenti: da sostenere per accrescere inclusione sociale, capitale umano e occupazione*

Una riflessione specifica meritano, invece, i consumi da parte dei residenti. Come è noto, i consumi culturali sono fortemente influenzati, in senso crescente, dal livello di istruzione della popolazione, come pure dal reddito disponibile. La prima causa del mancato consumo in tutti i paesi è costituita dalla mancanza di interesse, quindi da una barriera di tipo cognitivo<sup>1</sup>. Anche le caratteristiche dell'offerta, tuttavia, contribuiscono al livello di partecipazione: particolarmente cruciali sono l'accessibilità fisica e immateriale, come pure le capacità divulgative e di coinvolgimento del pubblico.

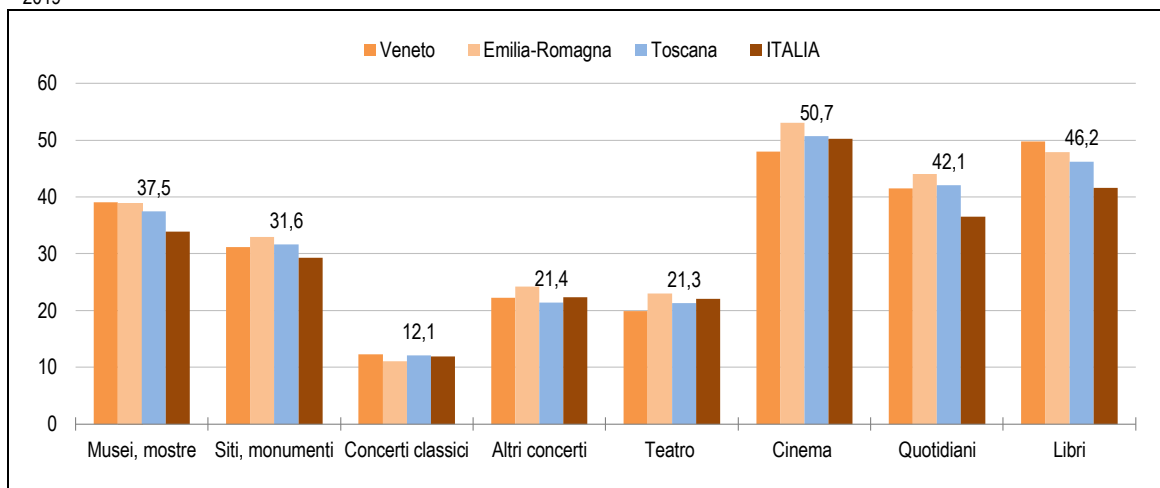
Nei confronti internazionali tra paesi sviluppati, l'Italia occupa insieme agli altri paesi mediterranei le posizioni più basse per partecipazione culturale, in linea con i livelli tendenzialmente più bassi di istruzione, con la minore disponibilità di reddito e con la presenza

<sup>1</sup> Falck M. e Katz-Gerro T. (2016), "Cultural participation in Europe: Can we identify common determinants?", in Journal of Cultural Economics 40:127-162, DOI 10.1007/s10824-015-9242-9; Eurostat (2019), Culture Statistics, in Statistical Books, European Union.

relativamente meno frequente di grandi agglomerazioni urbane. Anche in questo caso, tuttavia, emerge un forte divario fra il Centro-Nord del paese, più in linea con il dato europeo, e il Sud. Per quanto attiene al dato toscano, la partecipazione dei residenti è superiore a quella media nazionale e più in linea con quella di altre regioni del centro-nord, come Veneto ed Emilia-Romagna, per la frequentazione di musei e siti culturali e per la pratica della lettura, in particolare dei quotidiani (Graf. 3).

Grafico 3

QUOTA % DI PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE NEGLI ULTIMI 12 MESI HANNO SVOLTO L'ATTIVITÀ ALMENO 1 VOLTA PER TERRITORIO. 2019



Fonte: Istat, Indagine multiscopo "Aspetti della vita quotidiana"

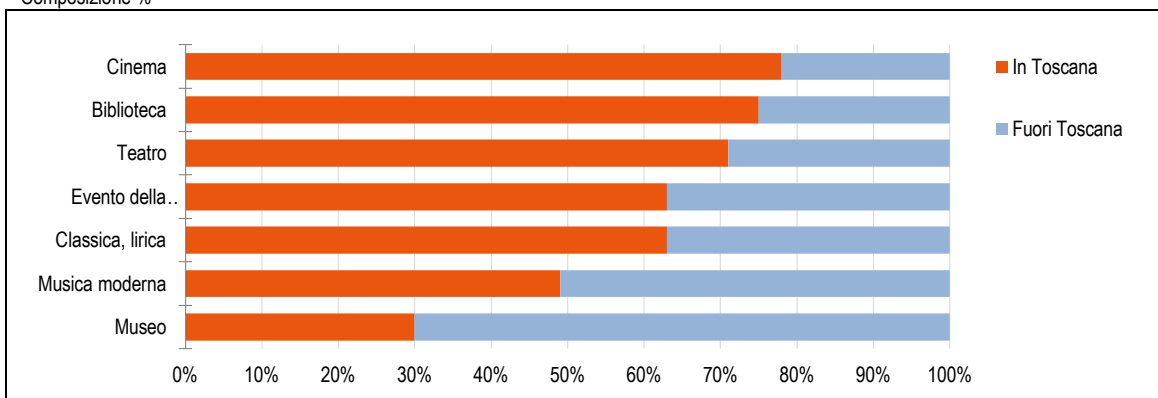
Utilizzando i dati ricavati dall'indagine diretta sui toscani condotta da IRPET nel 2018<sup>2</sup>, si evidenziano le relazioni bene note in letteratura: i giovani sono molto più attivi degli anziani (65 anni e +); le persone con livelli di istruzione più elevati e con tenore di vita più alto hanno maggiori livelli di consumo, specialmente di alcune tipologie di nicchia, come la musica classica, la lirica e il balletto; i residenti nelle principali aree urbane hanno livelli di partecipazione più elevati dei residenti nelle altre aree, soprattutto in quelle più periferiche, che scontano anche una minore vivacità dell'offerta e in quelle costiere, che scontano maggiori difficoltà economiche.

Non tutto il consumo dei residenti, tuttavia, ricade entro i confini regionali. In merito al luogo in cui avviene il consumo culturale si evidenziano alcune regolarità: in generale per le attività più diffuse sul territorio e più standardizzate, nel senso che ospitano eventi od offrono beni con caratteristiche simili su tutto il territorio nazionale (cinema, teatri, biblioteche), la quota maggioritaria del consumo avviene entro i confini regionali, lo stesso accade per quegli eventi per cui l'offerta toscana appare particolarmente ricca (eventi della tradizione, lirica); tale quota si abbassa in presenza di alcuni eventi specifici (concerti pop) e soprattutto per le visite ai musei, di solito associate alle vacanze e alle visite turistiche fuori dai confini regionali (Graf. 4).

<sup>2</sup> L'indagine è stata condotta nell'autunno del 2018 con tecnica mista, via web e tramite contatti telefonici su fisso e mobile (cawi, cati e cami) per un totale di 1.650 interviste stratificate per macro-aree territoriali e per fascia di età.



Grafico 4  
LUOGO DEL CONSUMO CULTURALE PER TIPO  
Composizione %

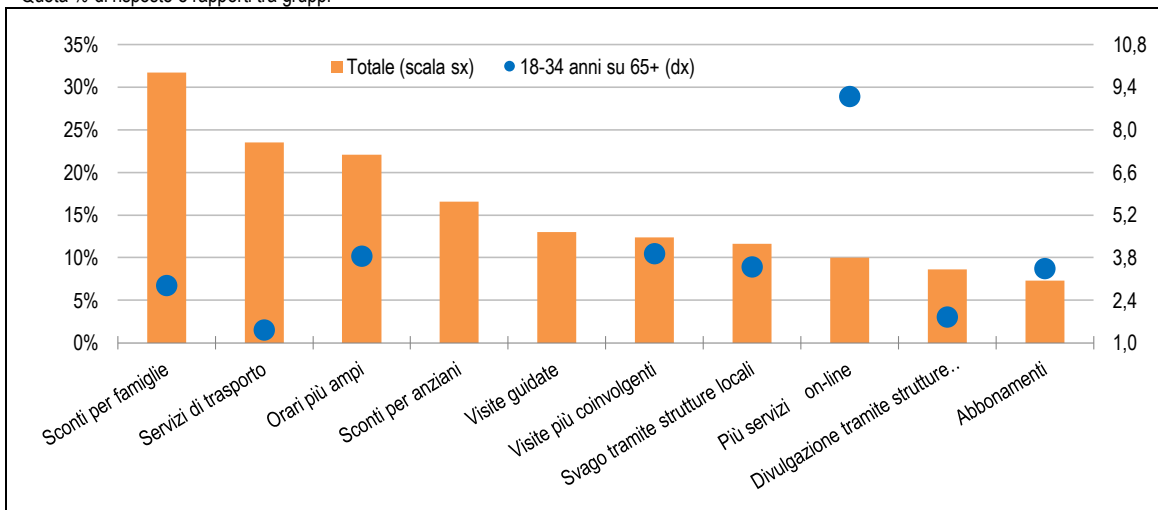


Fonte: indagine diretta IRPET

Interessanti, ai fini dell'elaborazione delle politiche, sono i pareri degli intervistati circa gli interventi di miglioramento dei servizi.

Gli intervistati chiedono, in ordine decrescente, maggiori sconti per famiglie, migliori servizi di trasporto (dedicati alle strutture da visitare) e ampliamento degli orari di visita. Seguono, con minore frequenza di richiesta, sconti per anziani, visite guidate e organizzate in modo più coinvolgente, ma anche potenziamento dei servizi on-line e utilizzo dei luoghi della cultura locali (biblioteche, piccoli musei e teatri minori) sia come luoghi di divulgazione di eventi più noti sia come luoghi di svago e socializzazione (Graf. 5).

Grafico 5  
SUGGERIMENTI PER IL MIGLIORAMENTO DELL'OFFERTA  
Quota % di risposte e rapporti tra gruppi



Fonte: indagine diretta IRPET

In generale sono le donne, i più giovani e i più anziani e le persone sole a chiedere servizi di trasporto dedicati; sono le famiglie, in particolare se con difficoltà economiche a chiedere maggiori sconti, ma anche l'utilizzo delle strutture locali a fini divulgativi e ricreativi, mentre complessivamente sono i giovani e gli uomini a chiedere l'uso più intenso della tecnologia (servizi on-line, visite interattive ecc.).

Il potenziamento dei consumi dei residenti trova grande centralità negli approcci più recenti alle politiche culturali, sia per gli importanti ritorni che la partecipazione culturale ha in termini sistemici di qualità del capitale umano, coesione sociale e benessere individuale, sia per gli altrettanto importanti effetti additivi sullo sviluppo del settore culturale e creativo, con importanti ricadute su reddito e occupazione.

- *Le imprese culturali e creative*

Come è noto, per imprese culturali e creative si intendono in generale tutte quelle attività produttive che hanno come oggetto principale di *business* o la gestione del patrimonio culturale o la produzione di beni e servizi in cui i contenuti culturali siano fondamentali.

Passando dall'approccio definitorio all'operativizzazione statistica del concetto, esistono in realtà soluzioni diverse<sup>3</sup>. Adottando la classificazione proposta da Symbola per l'Italia, che comprende parzialmente il settore pubblico e include quote del Made-in-Italy, al 2017 gli addetti culturali complessivi in Toscana sono poco più di 107mila, pari al 6,8% del totale occupati (Tab. 6). Un peso in linea con quello di Veneto e Emilia-Romagna, ma leggermente inferiore a quello di regioni più presenti sul settore quali Lazio, Lombardia e Piemonte, che vanno dal 9% al 7%.

Gli addetti toscani sono divisi quasi a metà tra settori "core" e settori "cultural driven". Tra i primi, tuttavia, gli addetti alle industrie creative sono decisamente dominanti e con una dinamica più espansiva, seguono quelli alle industrie culturali e poi, con peso decisamente minore e dominato dal settore pubblico gli ultimi due ambiti, patrimonio storico artistico e *performing arts*.

La dimensione media delle imprese è molto contenuta e pari a 2,3 addetti, ma nel settore del patrimonio sale 35,6. Secondo Symbola, esse hanno una ricaduta di qualità in termini di occupazione perché le ICC hanno una maggiore incidenza di laureati e di donne.

Tabella 6  
TOSCANA. OCCUPAZIONE DEL SISTEMA CULTURALE E CREATIVO. 2015

	Addetti 2011	Addetti 2015	Addetti 2017	Peso % 2017	Variazione 2015-2011	Variazione 2017-2015
<b>Industrie creative</b>	<b>68.382</b>	<b>69.337</b>	<b>74.019</b>	<b>4,7%</b>	<b>1,4%</b>	<b>6,8%</b>
Architettura	12.765	14.061	14.873	0,9%	10,2%	5,8%
Comunicazione e branding	2.464	2.603	2.814	0,2%	5,6%	8,1%
Design	3.238	3.365	3.629	0,2%	3,9%	7,9%
Produzione di beni e servizi creative driven	49.915	49.308	52.702	3,3%	-1,2%	6,9%
<b>Industrie culturali</b>	<b>24.487</b>	<b>23.149</b>	<b>25.653</b>	<b>1,6%</b>	<b>-5,5%</b>	<b>10,8%</b>
Film, video, radio- tv	1.628	1.529	1.515	0,1%	-6,1%	-0,9%
Libri e stampa	11.608	9.959	10.725	0,7%	-14,2%	7,7%
Musica	95	77	90	0,0%	-18,9%	17,1%
Videogiochi e software	11.156	11.584	13.323	0,8%	3,8%	15,0%
<b>Patrimonio storico-artistico (Musei, bibliot., archivi, monumenti)</b>	<b>3.728</b>	<b>3.591</b>	<b>4.128</b>	<b>0,3%</b>	<b>-3,7%</b>	<b>15,0%</b>
<b>Performing arts e arti visive (Rapp. artistiche, intratt., fiere)</b>	<b>3.391</b>	<b>3.850</b>	<b>3.477</b>	<b>0,2%</b>	<b>13,5%</b>	<b>-9,7%</b>
<b>CORE CULTURA</b>	<b>50.073</b>	<b>50.619</b>	<b>54.575</b>	<b>3,4%</b>	<b>1,1%</b>	<b>7,8%</b>
<b>BENI E SERVIZI CREATIVE DRIVEN</b>	<b>49.915</b>	<b>49.308</b>	<b>52.702</b>	<b>3,3%</b>	<b>-1,2%</b>	<b>6,9%</b>
<b>TOTALE SETTORE CULTURALE</b>	<b>99.988</b>	<b>99.927</b>	<b>107.277</b>	<b>6,8%</b>	<b>-0,1%</b>	<b>7,4%</b>
<b>TOTALE SETTORI</b>	<b>1.538.349</b>	<b>1.557.326</b>	<b>1.582.445</b>	<b>100%</b>	<b>1,2%</b>	<b>1,6%</b>

Fonte: elaborazioni IRPET su dati ISTAT

<sup>3</sup> Tra le più note si ricordano, per la scala internazionale Leg-culture 1997-2000, Unesco FCS 2009, Essnet-Culture 2012, Kea 2006, Unctad 2010 e per la scala italiana Libro Bianco sulla Creatività 2009 e Symbola- Io sono cultura vari anni. Con la Legge di stabilità per il 2018 (art.35 bis) è stata infine introdotta una definizione giuridica con finalità fiscali. Le ICC hanno "quale oggetto sociale, in via prevalente o esclusiva, l'ideazione, la creazione, la produzione, lo sviluppo, la diffusione, la conservazione, la ricerca e la valorizzazione o la gestione di prodotti culturali, intesi quali beni, servizi e opere dell'ingegno inerenti alla letteratura, alla musica, alle arti figurative, alle arti applicate, allo spettacolo dal vivo, alla cinematografia e all'audiovisivo, agli archivi, alle biblioteche e ai musei, nonché al patrimonio culturale e ai processi di innovazione ad esso collegati".

Per quanto attiene alla distribuzione territoriale, si conferma il dato strutturale già evidenziato. Le imprese “core” del settore culturale mostrano una chiara concentrazione urbana, a partire da Firenze (prima in valore assoluto e seconda per incidenza) e Pisa, mentre le imprese manifatturiere “*creative driven*” sono relativamente più presenti nei distretti industriali, esattamente come accade per tali imprese anche a livello italiano.

Un pattern territoriale prevalentemente urbano riguarda anche le imprese high-tech, che possono utilmente interagire con le ICC. In generale, lo sviluppo del settore HT dipende più dalla presenza di università e centri di ricerca e dalla densità di imprese (*milieu innovativo*) piuttosto che dalla disponibilità di patrimonio culturale. Dalle principali aree urbane, tuttavia, l'innovazione può utilmente trasferirsi anche ai luoghi della cultura più decentrati, consentendo loro un *upgrading* organizzativo e un aumento di visibilità.

Per il sistema della ricerca e dell'alta formazione, infine, si rimanda a quanto evidenziato nel precedente report. In breve si ricorda che la Toscana ha una buona dotazione di strutture, che tuttavia necessitano di sviluppare maggiormente le collaborazioni a rete e di interagire in modo più intenso con le imprese, per trasmettere loro stimoli all'innovazione. In generale, il sistema produttivo, specializzato nei settori tradizionali, ha difficoltà ad assorbire la manodopera più qualificata e ad innovare.

#### 4.

#### L'impatto del Covid-19

Il settore, pur nella varietà degli ambiti che comprende, è uno dei più colpiti dai provvedimenti di *lockdown*, sia in modo diretto con il blocco per molti mesi di tutte le attività che implicano la concentrazione del pubblico (quindi le aperture al pubblico dei musei e delle biblioteche, tutti gli spettacoli dal vivo e le proiezioni cinematografiche), sia in modo indiretto, per la chiusura di interi bacini di domanda, rappresentati dalle attività richieste dalle scuole e dai turisti, anch'esse sospese a lungo. Difficile da quantificare, ma certamente presente, infine, il ridimensionamento della domanda interna, di per sé già non brillante, per attività che vengono comunque percepite come non strettamente rispondenti a bisogni primari e potenzialmente rischiose.

Complessivamente per il solo 2020, su cinema e spettacolo dal vivo hanno pesato 165 giorni di chiusura totale e 133 di riapertura contingentata, a fronte di 67 giorni di funzionamento ordinario. Di poco più leggero l'impatto su musei e biblioteche, con 126 giorni di chiusura totale e 172 di riaperture parziali. Il bilancio è senz'altro drammatico.

- *I dati SIAE su spettacolo ed eventi*

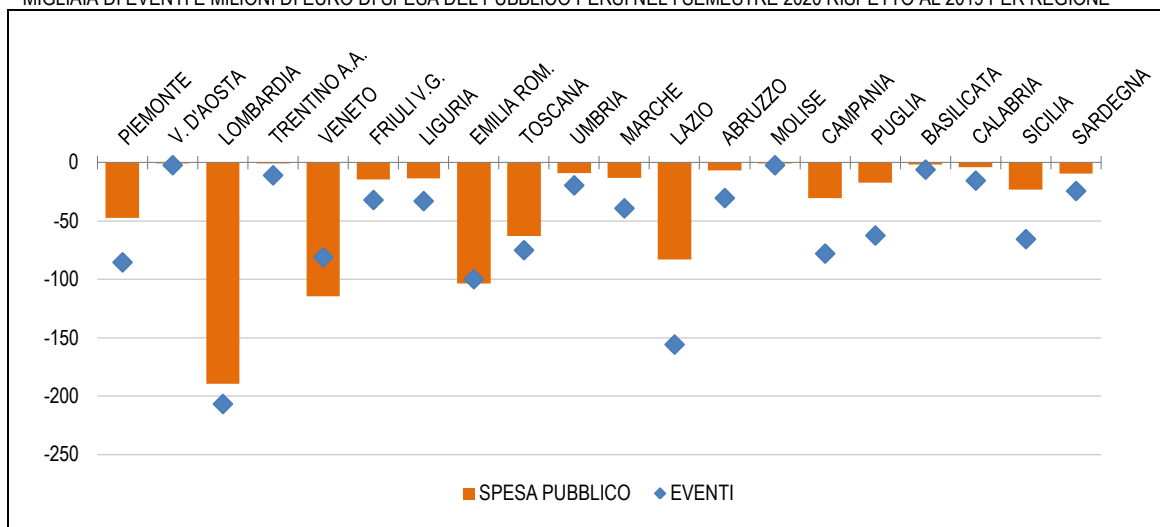
I dati recentemente pubblicati dall'Osservatorio dello Spettacolo SIAE consentono il confronto tra il primo semestre del 2019 e del 2020, con numeri relativi all'attività effettiva degli operatori.

In particolare da marzo a giugno, facendo riferimento solo agli ambiti delle principali attività culturali, vale a dire cinema, teatro, concerti e mostre, sono stati complessivamente cancellati in Italia oltre un milione di eventi, che corrispondono a 52 milioni di ingressi e a 745 milioni di euro di spesa complessiva del pubblico (biglietti, abbonamenti e altre spese accessorie). La spesa si è ridotta del 68%.

Per la Toscana, quinta regione italiana per volume di spesa, le cifre negative sono le seguenti: - 75mila eventi, -3,8 milioni di ingressi e -63 milioni di euro di spesa del pubblico. La spesa si è ridotta del 72% (Graf. 7).

Grafico 7

MIGLIAIA DI EVENTI E MILIONI DI EURO DI SPESA DEL PUBBLICO PERSI NEL I SEMESTRE 2020 RISPETTO AL 2019 PER REGIONE



Fonte: elaborazioni IRPET su dati SIAE

Secondo le prime stime disponibili sul sito SIAE sull'andamento estivo, inoltre, durante la fase di riapertura contingentata (15 giugno-25 ottobre) il numero di giornate di spettacolo è stato il 52% di quello dell'anno precedente, segnale che non tutte le attività sono riuscite a ripartire. In più, dopo aver raggiunto il picco massimo di ingressi in agosto, il pubblico ha fatto registrare una flessione degli ingressi sugli eventi programmati a settembre. E' evidente, inoltre, che le riaperture "controllate", implicando una forte riduzione delle entrate per il contingentamento degli accessi e un contemporaneo aumento dei costi (ad esempio, per le sanificazioni), non consentono il raggiungimento dei volumi di incasso precedenti, rendendo dunque difficile il rientro economico degli operatori.

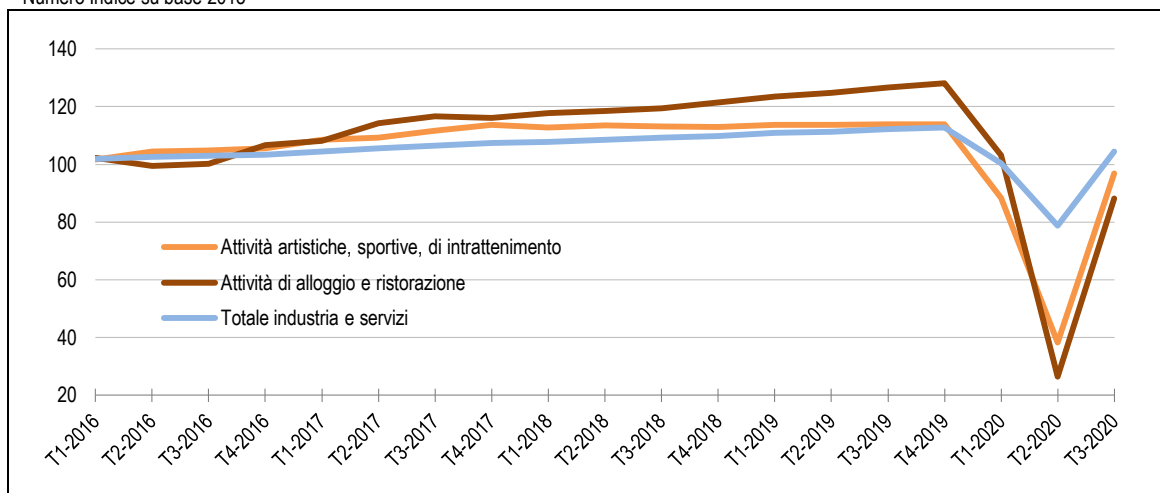
- *I dati ISTAT sulle ore lavorate*

Una chiara evidenza di come le necessarie misure di cautela sanitaria abbiano agito in modo asimmetrico, colpendo alcuni settori in modo più drastico di altri, è ricavabile dai dati pubblicati da Istat sulle ore lavorate per ambito di attività, per il momento disponibili a scala nazionale fino al terzo trimestre del 2020 (Graf. 8).

Il secondo trimestre del 2020, coincidente con i mesi del lockdown totale e le prime parziali riaperture, mostra il picco negativo più intenso, con cadute che vanno dal -20% per il totale dell'economia (rispetto al dato base del 2015), al -60% per le attività artistiche e di intrattenimento, fino al -70% dei servizi turistici. Se si considera l'andamento crescente che soprattutto gli ultimi due comparti avevano fatto registrare dal 2015, la caduta è ancora più drammatica.

Il successivo terzo trimestre, che coincide con i mesi estivi, ha fatto registrare un notevole rimbalzo, che però, per i settori più colpiti, non è riuscito a riportare le ore lavorate neppure ai livelli del 2015.

Grafico 8  
ITALIA. ORE LAVORATE NELLE IMPRESE CON DIPENDENTI DA 1 A 9. DATI DESTAGIONALIZZATI  
Numero Indice su base 2015

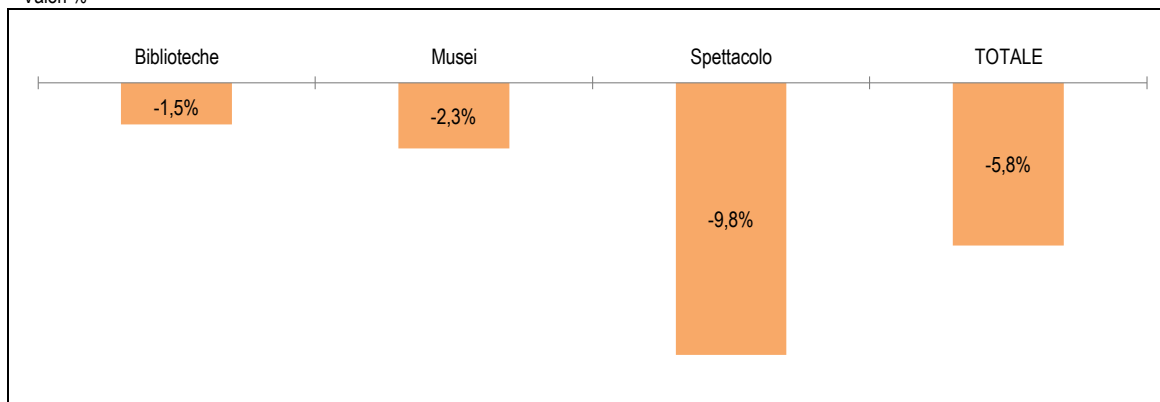


Fonte: elaborazioni IRPET su dati ISTAT

- *I dati del Sistema Informativo Lavoro della Toscana*

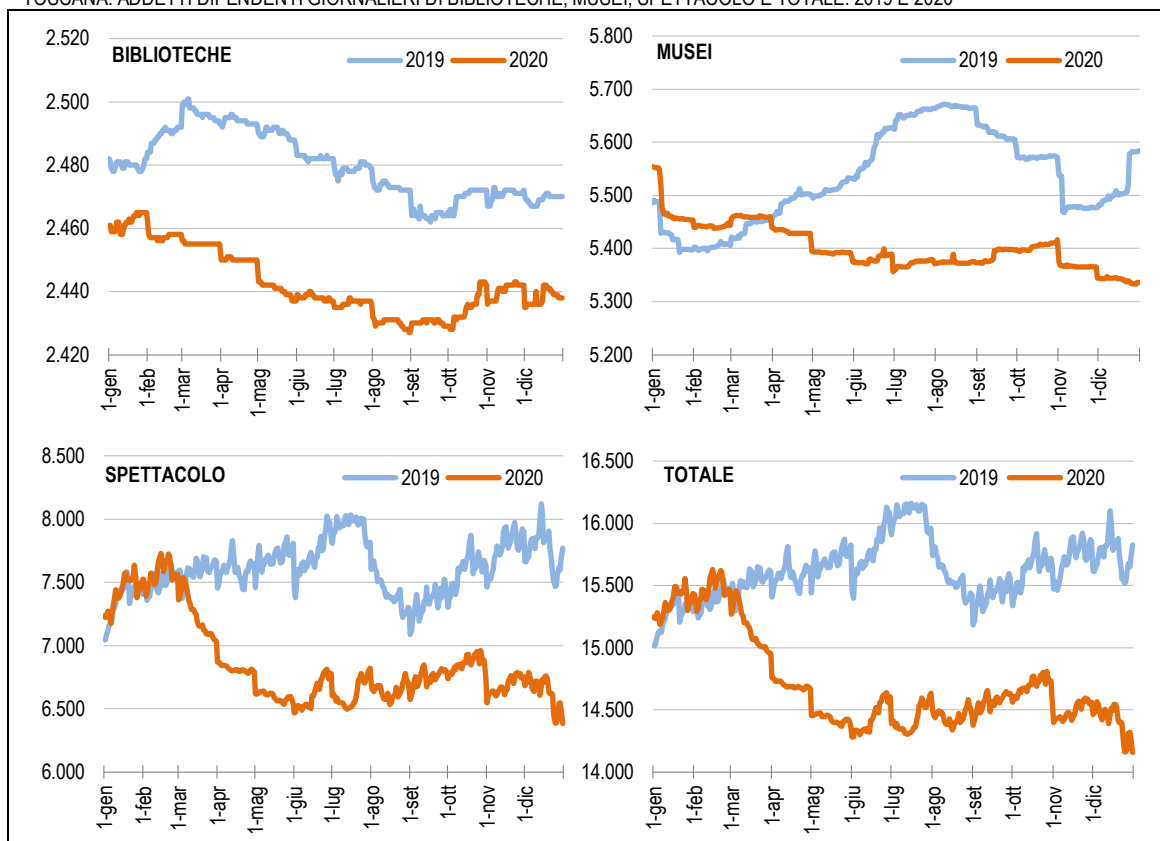
La disponibilità per la Toscana dei dati completi per il 2020 delle Comunicazioni Obbligatorie di Lavoro consente di stimare l'impatto negativo sui posti di lavoro nei settori culturali di biblioteche, musei e spettacolo, la cui consistenza è stimata al 31/12/2018 rispettivamente in 2.500, 5.500 e 7.600 addetti.

Grafico 9  
TOSCANA. VARIAZIONE MEDIA ANNUA DELLE POSIZIONI LAVORATIVE DIPENDENTI PER SETTORE CULTURALE  
Valori %



Fonte: elaborazioni IRPET su dati SIL Regione Toscana

In media, nel 2020 si sono persi, per mancata attivazione dei contratti stagionali e temporanei, oltre 900 addetti culturali (-5,8%), di cui 740 nel settore dello spettacolo (-9,8%), 130 in ambito museale (-2,3%) e 40 nei servizi bibliotecari (-1,5%) (Graf. 9).



Fonte: elaborazioni IRPET su dati SIL RT

Nei grafici da 10 a 13 è riportata la dinamica giornaliera degli addetti dipendenti per settore e complessivamente.

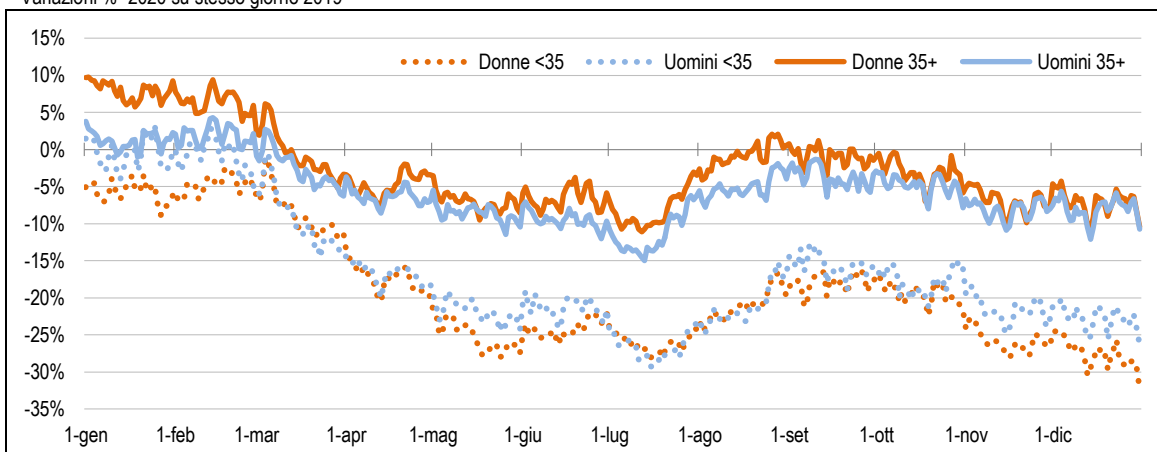
Come si può notare, il settore delle biblioteche oltre ad essere quello con la minore numerosità di addetti è anche quello meno soggetto ad oscillazioni stagionali e pertanto meno colpito dai provvedimenti legati al Covid-19. I mesi di maggiore contrazione degli addetti sono quelli tra aprile e giugno, con riduzioni medie di circa 45 unità.

Seguono per numerosità di lavoratori i musei, che mostrano anche una più accentuata stagionalità. I mesi con maggiore contrazione degli addetti sono quelli estivi, in particolare luglio e agosto, con punte di quasi -300 operatori per mese. Un nuovo picco, seppur più contenuto, si è poi registrato a dicembre. Tale dinamica è chiaramente frutto della contrazione delle presenze turistiche.

Infine, il settore più numeroso e più soggetto ad andamenti stagionali è quello dello spettacolo. Riduzioni degli addetti mensili superiori alle mille unità si sono registrati a maggio, giugno e luglio (con un picco di -1.330 proprio a luglio) e successivamente in novembre e dicembre. Anche in questo caso ha pesato la contrazione dei movimenti turistici.

L'andamento complessivo risente fortemente di quello dello spettacolo, che è il più pesante in termini di addetti.

Grafico 14  
TOSCANA. VARIAZIONI TENDENZIALI DEGLI ADDETTI DIPENDENTI DELLO SPETTACOLO PER GENERE ED ETÀ  
Variazioni % 2020 su stesso giorno 2019



Fonte: elaborazioni IRPET su dati SIL RT

Il settore dello spettacolo è anche l'unico in cui è possibile disaggregare per genere e per età degli addetti. Le donne pesano complessivamente per il 42% del totale, i giovani fino a 34 anni per il 43%. Come mostra il grafico 14, la contrazione delle posizioni lavorative non ha discriminato tanto per genere quanto per età, a danno della componente più giovane, con occupazioni più precarie.

## 5.

### Gli investimenti previsti dal PNRR

Come già ricordato in apertura, i vincoli imposti dalla pandemia al tradizionale funzionamento di numerosi settori produttivi, ambiti culturali compresi, accanto agli impatti negativi fin qui descritti, hanno il vantaggio di costringere a ripensare profondamente i modelli di produzione, consumo e partecipazione.

Partendo dalle specificità del sistema culturale nazionale e regionale, che si caratterizza per la ricca e capillare dotazione di patrimonio (dominata tuttavia dal forte richiamo turistico di pochi grandi attrattori soggetti a congestione), per il permanere di una bassa partecipazione da parte dei residenti e per lo scarso ricorso all'uso delle nuove tecnologie, nel dibattito corrente sono emersi 3 grandi ambiti di innovazione su cui fondare le strategie per la ripartenza, che sono l'uso intenso della digitalizzazione e della tecnologia, la cooperazione territoriale tra i diversi luoghi e l'accrescimento del consumo dei residenti, tramite un'ampia gamma di politiche di sostegno alla domanda, da campagne di sensibilizzazione mirate, a servizi di facilitazione della fruizione, fino alla defiscalizzazione di parte della spesa.

Il PNRR costituisce lo strumento finanziario e strategico più importante per la realizzazione degli obiettivi citati. Come è noto, esso prevede ingenti investimenti da realizzare in tempi molto brevi e secondo tre grandi finalità: digitalizzazione e innovazione, transizione ecologica e inclusione sociale (a favore di donne, giovani e aree interne).

- *La linea di finanziamento dedicata a cultura e turismo*

La componente 3 della missione 1 -Digitalizzazione, innovazione, competitività e cultura- è specificamente rivolta ai settori della cultura e del turismo. Vale 8,13 mld di euro, distribuiti su

5 macrolinee di investimento, di cui le prime quattro prettamente culturali: a) digitalizzazione, accessibilità ed efficientamento energetico, b) rigenerazione dei borghi e del patrimonio rurale e di culto, ferrovie storiche e cammini, c) sviluppo delle ICC, d) valorizzazione dei grandi attrattori culturali (Tabelle 15 e 16).

Tabella 15

FINANZIAMENTI E STRATEGIA DELLA MISSIONE 1. DIGITALIZZAZIONE, INNOVAZIONE, COMPETITIVITÀ, CULTURA E TURISMO

Componenti	PNRR (a)	React EU (b)	Fondo com. (c)	Totale (a+b+c)
M1C1 Digitalizzazione PA	9,75		1,40	11,15
M1C2 Digitalizzazione imprese	23,89	0,80	5,88	30,57
M1C3 Turismo e cultura 4.0	6,68		1,46	8,13
<b>Totale Missione 1</b>	<b>40,32</b>	<b>0,80</b>	<b>8,74</b>	<b>49,86</b>

Fonte: PNRR maggio 2021

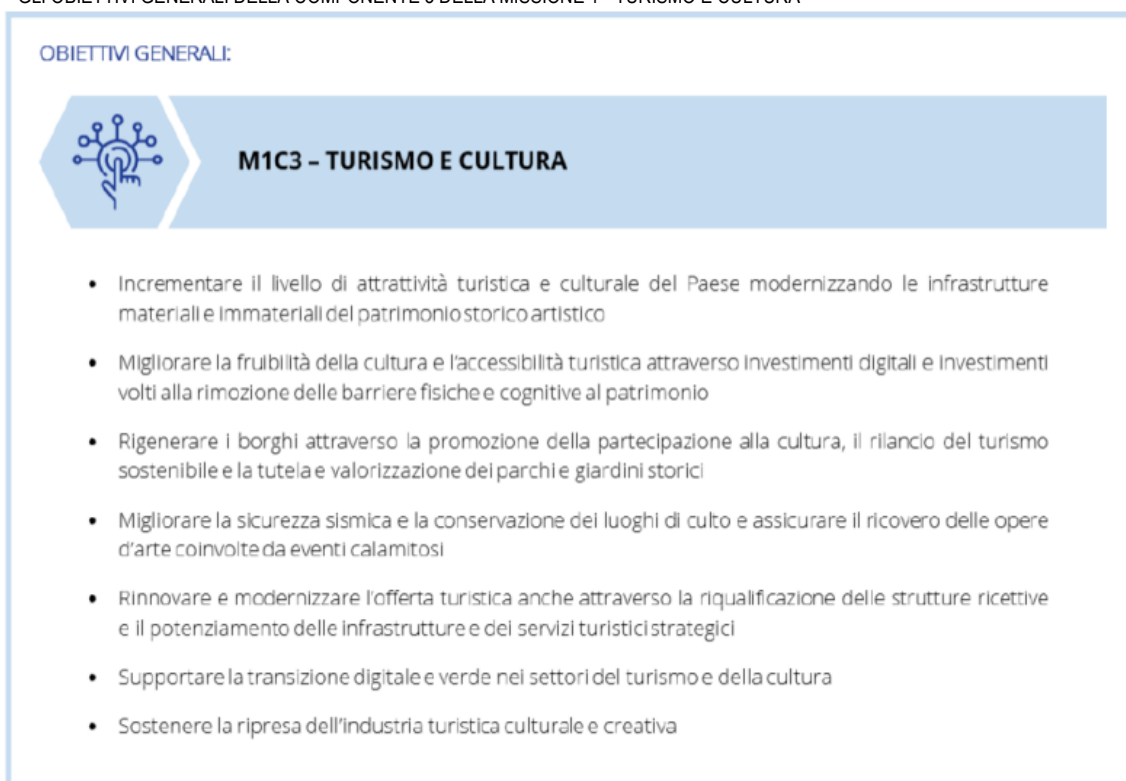
Tabella 16

FINANZIAMENTI E STRATEGIA DELLA MISSIONE 1. DIGITALIZZAZIONE, INNOVAZIONE, COMPETITIVITÀ, CULTURA E TURISMO

INTERVENTI	Mld euro
<b>Patrimonio culturale per la prossima generazione</b>	<b>1,10</b>
Piattaforme e strategie digitali per l'accesso al patrimonio culturale (12 progetti)	0,50
Rimozione delle barriere fisiche e cognitive in musei, biblioteche e archivi e investimenti per l'accessibilità	0,30
Miglioramento dell'efficienza energetica di cinema, teatri e musei	0,30
<b>Rigenerazione dei borghi, sicurezza sismica, patrimonio culturale, rurale e religioso</b>	<b>2,72</b>
Piano nazionale per migliorare l'attrattività dei borghi	1,02
Protezione e valorizzazione dell'architettura e del paesaggio rurale	0,60
Programmi per valorizzare parchi e giardini storici	0,30
Sicurezza sismica dei luoghi di culto e dei siti di ricovero delle opere d'arte	0,80
<b>Industrie culturali e creative 4.0, sviluppo dell'industria cinematografica</b>	<b>0,46</b>
Sviluppo industria cinematografica – Progetto Cinecittà e Centro Sperimentale Cinematografia	0,30
Sviluppo della capacità degli operatori della cultura per gestire la transizione digitale e verde	0,16
<b>Grandi attrattori culturali (14 interventi strategici) (Fondo Complementare)</b>	<b>1,46</b>
Biennale di Venezia	0,17
Porto Vecchio di Trieste	0,04
Torino, il suo Parco e il suo Fiume	0,10
Biblioteca Europea di Informazione e Cultura (BEIC) – Milano	0,10
Valorizzazione della cinta muraria e del sistema dei forti genovesi – Genova	0,07
Parco del delta del Po – Regioni Veneto, Emilia Romagna	0,06
<b>Riqualificazione Stadio Artemio Franchi di Pierluigi Nervi – Firenze</b>	<b>0,10</b>
URBS. Dalla città alla campagna romana – Roma	0,11
Museo del Mediterraneo. Waterfront di Reggio Calabria	0,05
Parco costiero della cultura, del turismo, dell'ambiente – Bari	0,08
Auditorium per la Città di Palermo	0,03
<b>Treni storici e Itinerari culturali (Firenze-Ravenna; Valdorcia)</b>	<b>0,44</b>
Castello di mare – Torre Peliade Trapani	0,03
Rigenerazione urbana del Real Albergo dei Poveri a Napoli	0,10
<b>TOTALE CULTURA</b>	<b>5,74</b>
<b>Turismo 4.0</b>	<b>2,40</b>
<b>TOTALE COMPONENTE 3 MISSIONE 1</b>	<b>8,13</b>

Fonte: PNRR maggio 2021





Fonte: PNRR maggio 2021

Secondo molti esperti di settore, gli investimenti nel settore culturale sono fondamentali per il raggiungimento degli obiettivi di fondo del PNRR, ad esempio perché gli ambiti culturali vedono una elevata incidenza di lavoro femminile e qualificato, tuttavia, la strategia di investimento sembra essere troppo schiacciata su investimenti tradizionali di tipo patrimoniale (restauro degli edifici) e pare considerare la cultura quale strumento al servizio dell'industria turistica, più che mezzo di accrescimento della qualità del capitale umano e sociale. Il patrimonio culturale, invece, deve essere reso disponibile anche tramite l'innovazione organizzativa e sociale (reti di imprese, economie di filiera, governance con scuole e comunità)<sup>4</sup>.

Il PNRR, tuttavia, sebbene non parli espressamente di partecipazione culturale, prevede anche altri interventi “trasversali” destinati alla cultura, ad esempio, destina risorse alla formazione professionale, al servizio civile digitale, alla scuola.

Un nodo da risolvere è senz'altro quello dell'equa retribuzione degli operatori, mentre entità delle risorse e tempi stretti, fanno ritenere che non ci sarà spazio per progetti troppo piccoli.

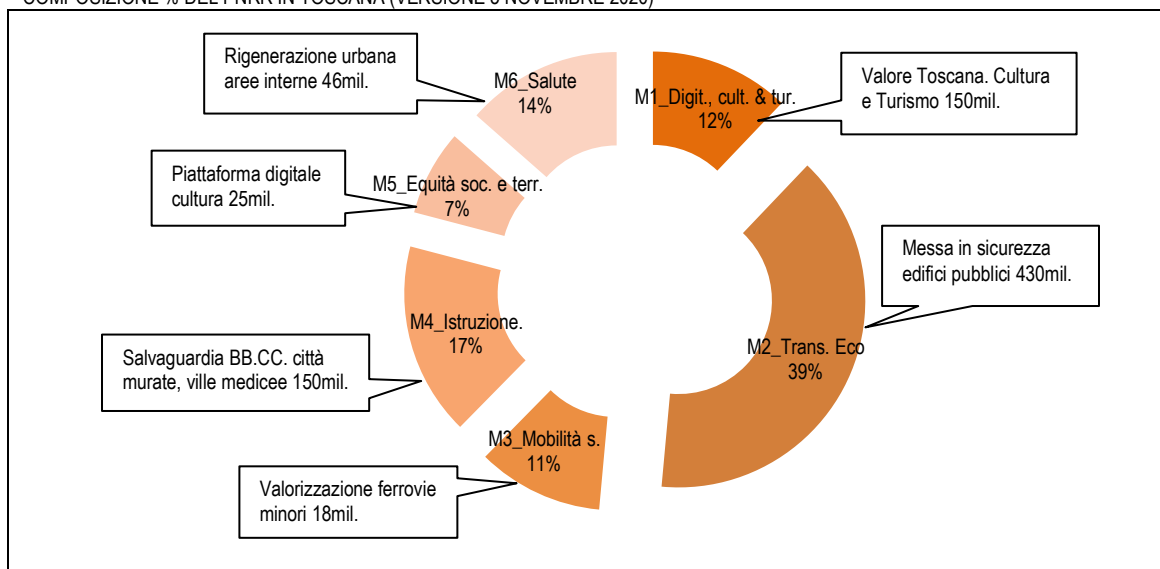
• *I finanziamenti alla cultura nella proposta di utilizzo del PNRR per la Toscana*

Secondo la versione pubblicata a novembre 2020, alla Toscana dovrebbero spettare circa 12,6 miliardi di euro degli investimenti previsti dal PNRR, da ripartire secondo le consuete 6 missioni.

<sup>4</sup> P. Dubini, Una certa idea di futuro: Recovery Fund e Cultura in Arte e Imprese, 13 gennaio 2021; F. Bosco, Cosa c'è davvero per la cultura nel Recovery Plan italiano, in Openonline, 26 aprile 2021; G. Barni, Federculture, Intervento al focus group online di Lazio Smart - Industrie Creative e Digitali, 31 maggio 2021.

Come illustrato nello schema 18, gli interventi per la cultura sono compresi dentro la specifica missione 1, ma anche distribuiti nelle altre, a partire da quella dedicata all'istruzione per arrivare ai temi del riequilibrio territoriale a favore delle aree interne e della valorizzazione della mobilità sostenibile.

Schema 18  
COMPOSIZIONE % DEL PNRR IN TOSCANA (VERSIONE 5 NOVEMBRE 2020)



Fonte: PNRR maggio 2021

Rientrano nei progetti dedicati ai grandi attrattori culturali, il recupero dello stadio di Firenze e la valorizzazione delle ferrovie storiche e degli itinerari culturali. Per favorire l'innovazione è prevista la realizzazione di una piattaforma digitale per la cultura. Mentre per favorire il riequilibrio territoriale sono previsti investimenti a favore delle aree interne e rurali, ma anche un grande progetto di valorizzazione del patrimonio minore che sfrutta l'effetto traino del museo più famoso, tramite il progetto "Uffizi diffusi" (Schema 19). Si tratta di un intervento molto ambizioso di realizzazione di una rete stabile di cooperazione tra diversi soggetti del territorio, sul modello di alcune esperienze internazionali già realizzate (Tate Gallery e Victoria & Albert museum) e in linea con gli obiettivi indicati dalla letteratura.

Schema 19  
IL PROGETTO UFFIZI DIFFUSI IN BREVE

#### OBIETTIVO

Aumentare il numero delle opere di proprietà del museo esposte al pubblico, creando una rete di luoghi diffusi su tutta la regione, che riduca la pressione su Firenze, faccia da volano per uno sviluppo turistico-culturale più diffuso e sostenibile quando i flussi ripartiranno e valorizzi il legame tra le opere e i contesti in cui sono nate, anche finalizzato alla costruzione di un legame identitario più forte con le comunità.

#### I LUOGHI DELLA DIFFUSIONE

Nelle dichiarazioni alla stampa si parla di un numero molto alto di luoghi da coinvolgere (da 60 a 100), tuttavia, i primi 5 ad essere stati indicati sono: la Villa Medicea di Careggi, il Museo Civico di Pescia, il Museo della Battaglia di Anghiari, il Centro visite del Parco nazionale Foreste Casentinesi, la Villa Medicea Ambrogiana di Montelupo. Stanno nel frattempo arrivando molte altre candidature.

#### TEMPI

Il primo progetto dovrebbe partire entro l'estate 2021

#### CRITICITÀ

Il rischio maggiore è quello della moltiplicazione degli investimenti in conto capitale (costruzione-ricostruzione-restauro dei contenitori) senza strategie solide per la generazione di flussi di cassa futuri e, quindi, la sostenibilità gestionale dei progetti

Fonte: elaborazioni IRPET su fonti varie

Gli impatti positivi attesi sono individuati nell'accrescimento del patrimonio fruibile (esposizione di molte opere oggi custodite nei depositi), nella riduzione della congestione nei luoghi di maggior attrazione, nella redistribuzione dei flussi turistici verso luoghi ad oggi poco valorizzati e nell'avvicinamento dell'offerta culturale ai residenti, tramite la ricollocazione delle opere nei contesti che le hanno prodotte. L'obiettivo è dunque quello di creare un sistema regionale policentrico di offerta culturale, più sostenibile e più vicino ai cittadini, con un approccio che può essere esteso ad altre iniziative, ad esempio, sfruttando la rete molto capillare delle biblioteche civiche o dei piccoli teatri.

E' inoltre evidente come collaborazioni di questo tipo possano avere ricadute importanti sia in termini di domanda di nuove tecnologie, sia in termini di impatti sistemici positivi su capitale umano e coesione sociale.

In merito al primo aspetto, si ricorda ad esempio la necessità di nuove modalità di divulgazione dei contenuti, delle informazioni, ma anche di modalità di prenotazione e acquisti, come pure di nuove tecnologie per garantire il rispetto di standard di sicurezza per le opere affidate ai musei diffusi<sup>5</sup>.

In merito al tema della partecipazione culturale dei residenti, i dati ci consentono di mettere in evidenza come parte del basso consumo che caratterizza l'Italia rispetto a paesi paragonabili è in realtà dovuta al "crollo" dei consumi della popolazione ultrasessantenne, che rappresenta circa 1/3 del totale. Ciò offre spunti interessanti per la modulazione delle politiche culturali. Oltre alla necessità di interventi finalizzati a promuovere in generale una maggiore partecipazione (a partire, ad esempio, da bambini e ragazzi della scuola dell'obbligo, con possibilità di raggiungere le famiglie), emerge infatti l'esigenza implementare progetti specificamente mirati alla popolazione ultra-sessantenne.

Come già anticipato, si tratta di un segmento di popolazione molto numeroso, che può incontrare importanti barriere sia di tipo cognitivo (basso titolo di studio, scarsa abitudine al consumo culturale), sia di accessibilità fisica ai luoghi dell'offerta culturale, dovute alla residenza nelle aree più decentrate, ma anche alle maggiori difficoltà a muoversi in modo autonomo (problema dei trasporti) e alla minore dimestichezza con l'uso delle nuove tecnologie digitali. Il disagio non sempre coincide con difficoltà di tipo economico.

A fianco del potenziamento dell'offerta dei trasporti mirati, l'altra strategia di sostegno al consumo culturale dei residenti nelle aree più periferiche o con maggiore difficoltà di movimento passa per l'utilizzo delle numerose piccole strutture presenti in modo capillare sul territorio (biblioteche, musei, teatri) quali centri di animazione culturale e sociale, finalizzati ad incentivare la qualità del tempo libero e rispondere a bisogni di socialità e benessere<sup>6</sup>.

## **6.**

### **Considerazioni di sintesi**

Il dato più nuovo che si deve registrare in questa nota di aggiornamento è il cambiamento del contesto di riferimento, con il passaggio da una condizione di scarsità di risorse ad una di disponibilità di finanziamenti molto cospicui da realizzare in breve tempo. Si tratta di un cambiamento epocale in generale, ma soprattutto per i settori della cultura, tradizionalmente fortemente dipendenti dai finanziamenti pubblici e molto colpiti dal loro progressivo

<sup>5</sup> In proposito si vedano i progetti proposti per la parte cultura dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Firenze (I progetti per il Recovery Plan della Toscana, Fondazione CRF, 2021)

<sup>6</sup> Secondo ISTAT, al 2019 in Toscana il 21% delle biblioteche ha ospitato concerti e spettacoli dal vivo, il 23% proiezioni di film e video, il 36% mostre, il 47% conferenze. Solo il 6% ha introdotto abbonamenti per la visita, una modalità di bigliettazione più adatta ai residenti.

contenimento.

Questa stagione straordinaria di investimenti deve pertanto essere utilizzata per risolvere alcune difficoltà strutturali del comparto, ad esempio la riduzione dei costi di funzionamento tramite innovazioni organizzative e maggior ricorso alle nuove tecnologie; tramite la messa a punto di reti territoriali di collaborazione che attenuino il problema della congestione di alcuni luoghi e facciano da volano per lo sviluppo di quelli meno noti e, infine, tramite il maggior coinvolgimento del pubblico residente. Anche in questo caso, l'uso delle nuove tecnologie, unito a programmi di sensibilizzazione e formazione potrebbe contribuire a rendere più attrattivi e accessibili i consumi culturali, con ricadute sociali positive in termini di riduzione delle disuguaglianze, accrescimento della coesione sociale, incremento dei livelli di benessere individuali, aumento della qualità del capitale umano e della competitività.

La Toscana, come mostrato in precedenza, dispone di *asset* molto importanti nei settori culturali. La regione ospita istituzioni culturali d'eccellenza, note a scala internazionale e di competenza sovra regionale, cui si affianca una ricca e diffusa offerta locale di musei, aree archeologiche e complessi monumentali, biblioteche e archivi, luoghi per lo spettacolo dal vivo (teatri, cinema, sale concerto), filarmoniche e scuole di musica.

Dal lato imprese, la Toscana vanta una buona dotazione di PMI specializzate nella filiera culturale (conservazione, gestione, valorizzazione), con un contributo sull'economia regionale tra i più alti a scala nazionale, insieme alla presenza di importanti istituzioni nazionali (Opificio delle pietre dure-OPD, CNR, INFN) attive nel campo del restauro e delle nuove tecnologie, attraverso importanti progetti e infrastrutture di ricerca del settore (Nemech, E-RIHS, Ariadne, ecc.). A fronte di asset così positivi, un elemento di debolezza è invece costituito dall'ancora scarsa diffusione dell'innovazione tecnologica e organizzativa applicata al settore. Le risorse rese disponibili dal PNRR possono dunque essere utilmente impiegate per ridurre questo gap.