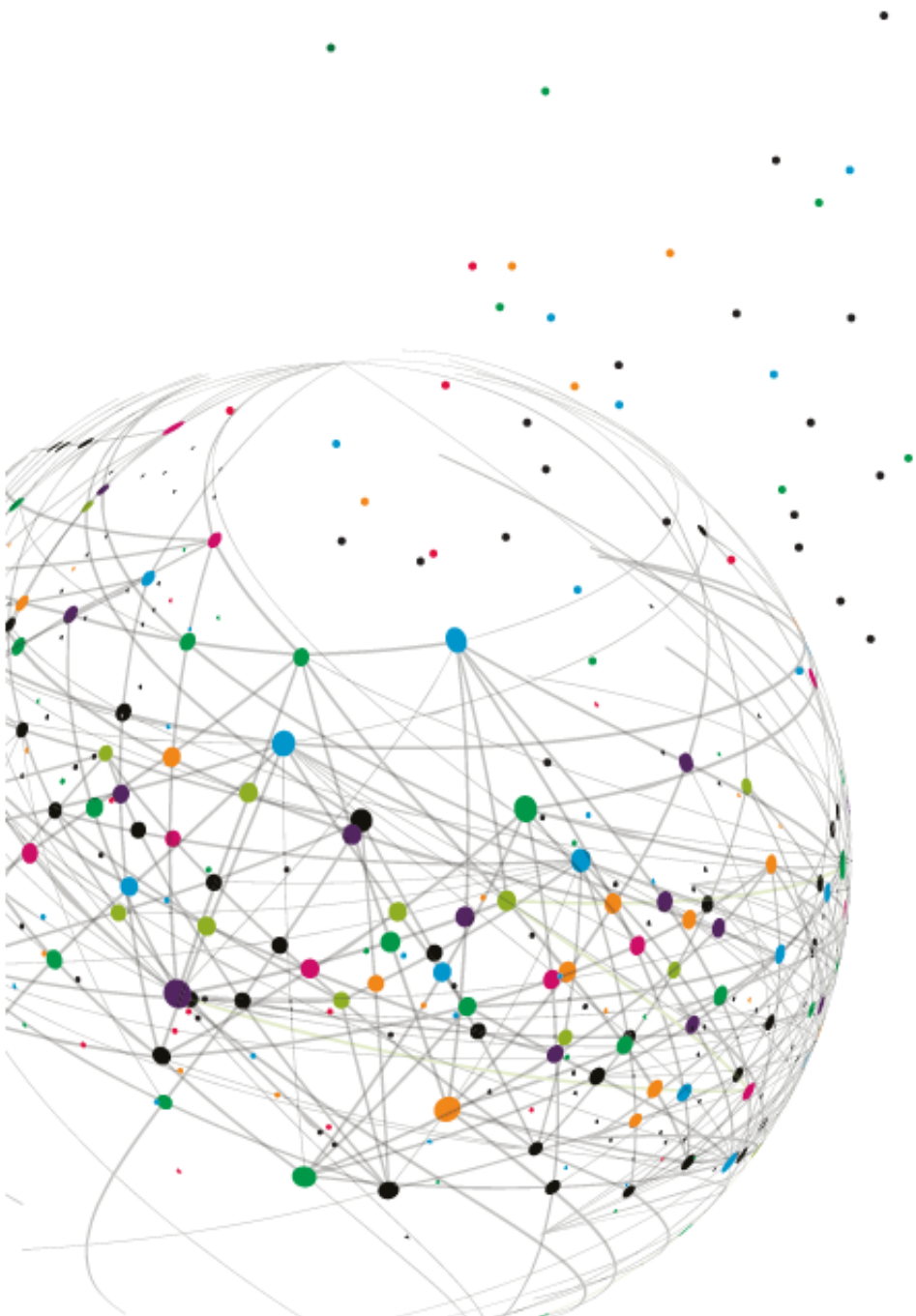




FEDERCULTURE

IMPRESA CULTURA

gestione • innovazione • sostenibilità

Presentazione del **13° RAPPORTO ANNUALE FEDERCULTURE 2017**

Giovedì 25 gennaio 2018

Sala Conferenze ODCEC| Napoli



#impresacultura

Il RAPPORTO ANNUALE 2017



FEDERCULTURE



#impresacultura

I TEMI DI
QUEST'ANNO



È L'APPUNTAMENTO PRINCIPALE PER VALUTARE LO STATO DELL'ARTE, CAPIRE LE TENDENZE, RAGIONARE SULLE STRATEGIE FUTURE DELLA CULTURA IN ITALIA

IL PATRIMONIO ITALIANO: NON SOLO RETORICA



L'ITALIA È IL CONTENITORE DI UN'OFFERTA CULTURALE CHE DAL PUNTO DI VISTA QUANTITATIVO NON HA PARAGONI: DAL PATRIMONIO MONUMENTALE E STORICO AI MUSEI FINO ALLA PRODUZIONE CULTURALE CHE ATTRAVERSA TUTTE LE DISCIPLINE ARTISTICHE E LE MODALITÀ ESPRESSIVE



LA CULTURA È STRUMENTO FONDAMENTALE DI CRESCITA CIVILE, ECONOMICA E DI COESIONE SOCIALE



IL MADE IN ITALY HA LA REPUTAZIONE QUALITATIVA PIÙ ELEVATA AL MONDO, INDICE DI CREATIVITÀ E INGEGNO

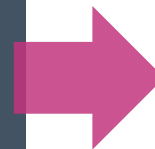


SEGNALI DI RIPRESA: GLI ITALIANI TORNANO A SPENDERE PER LA CULTURA

SPESA DELLE FAMIGLIE ITALIANE PER
CULTURA E RICREAZIONE NEL 2016



€ 68,4 MILIARDI
(+1,7% rispetto al 2015)



INCREMENTO SUPERIORE A QUELLO MEDIO
DELLA SPESA TOTALE
(+1,5%)

Fonte: Istat



ABBIAMO ALLE SPALLE IL PERIODO PIÙ DIFFICILE



SPESA DELLE
FAMIGLIE IN
CULTURA
+1,7%



SITI E
MONUMENTI
+5,4%
(FRUIZIONE)



SPETTACOLO
DAL VIVO +4,3%
(INGRESSI)



CONCERTI POP
+7,7%
(FRUIZIONE)

QUANTO AVEVAMO
INTRAVISTO LO SCORSO
ANNO SI È CONSOLIDATO IN
UNA TENDENZA CHE DEVE
ESSERE RAFFORZATA

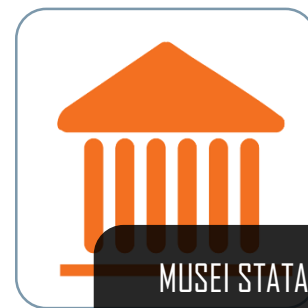
NEL 2016



SPESA DEL PUBBLICO
+1,4%



VOLUME D'AFFARI
+3%



MUSEI STATALI
45,5 MILIONI
VISITATORI
+ 7 MILIONI RISPETTO
AL 2013



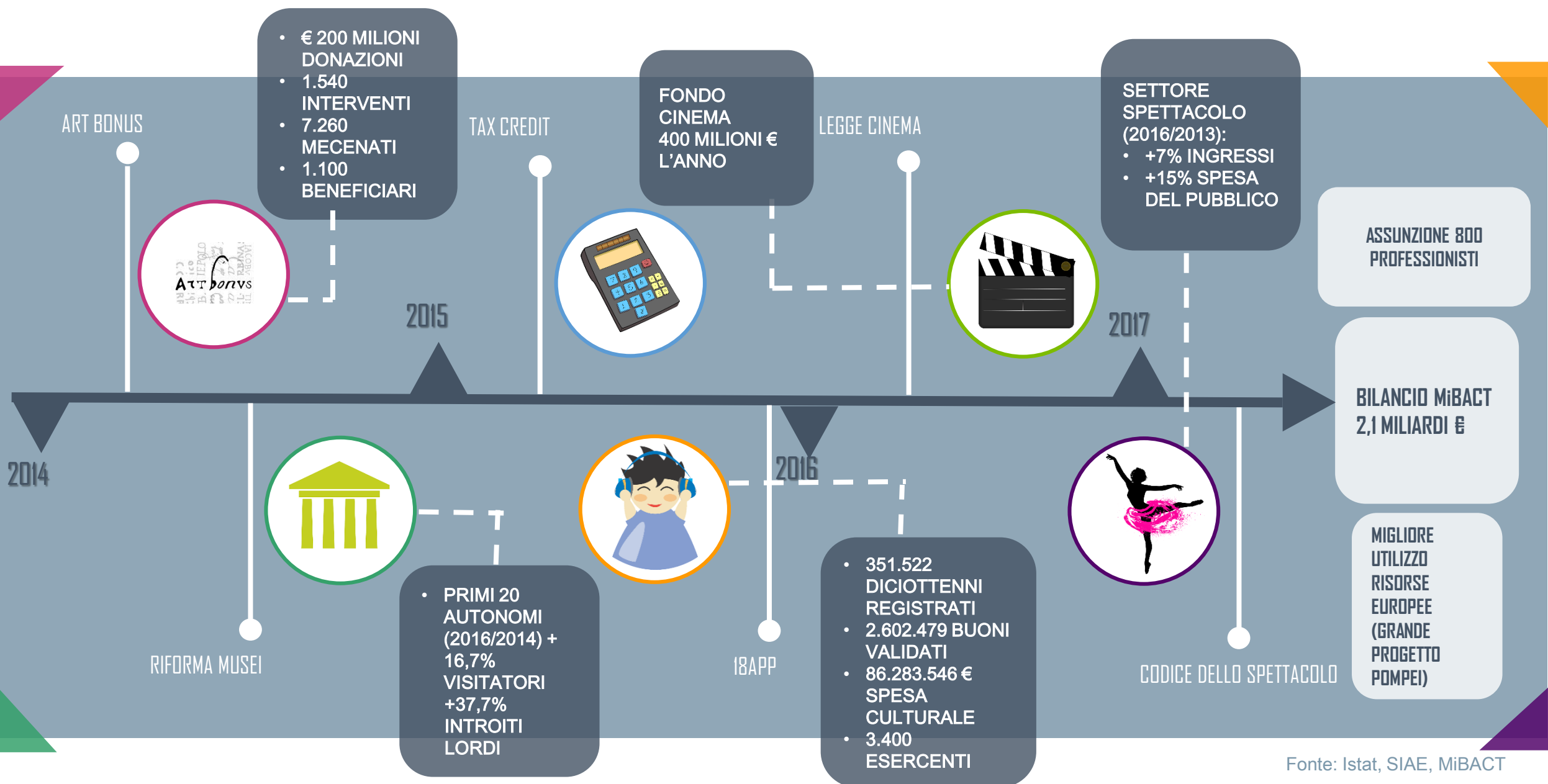
TURISMO
+2,6%
403 MILIONI DI
PRESENZE

Fonte: Istat, SIAE

#impresacultura

13° Rapporto Annuale





Fonte: Istat, SIAE, MiBACT



LEGGE CINEMA

CODICE SPETTACOLO

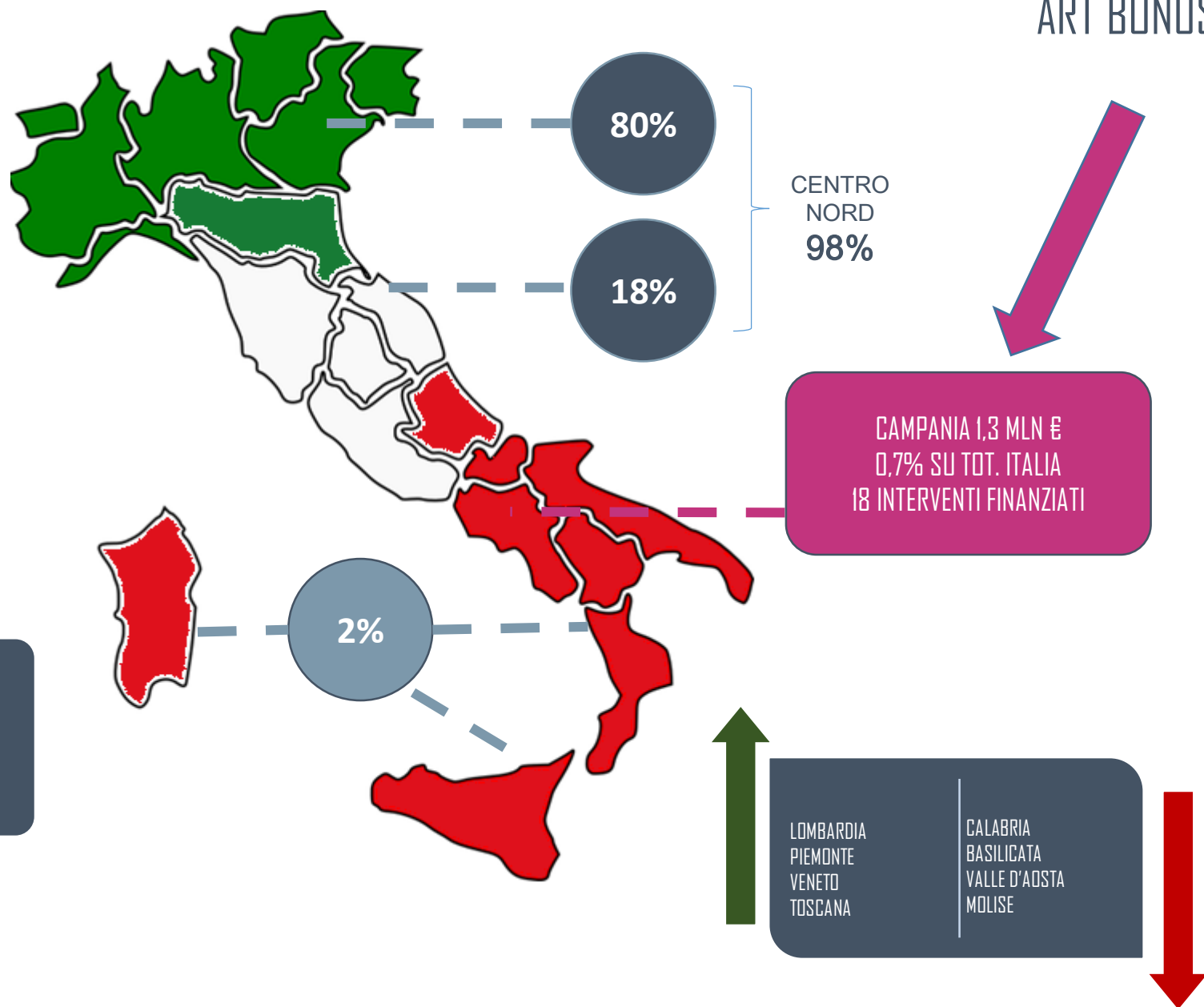
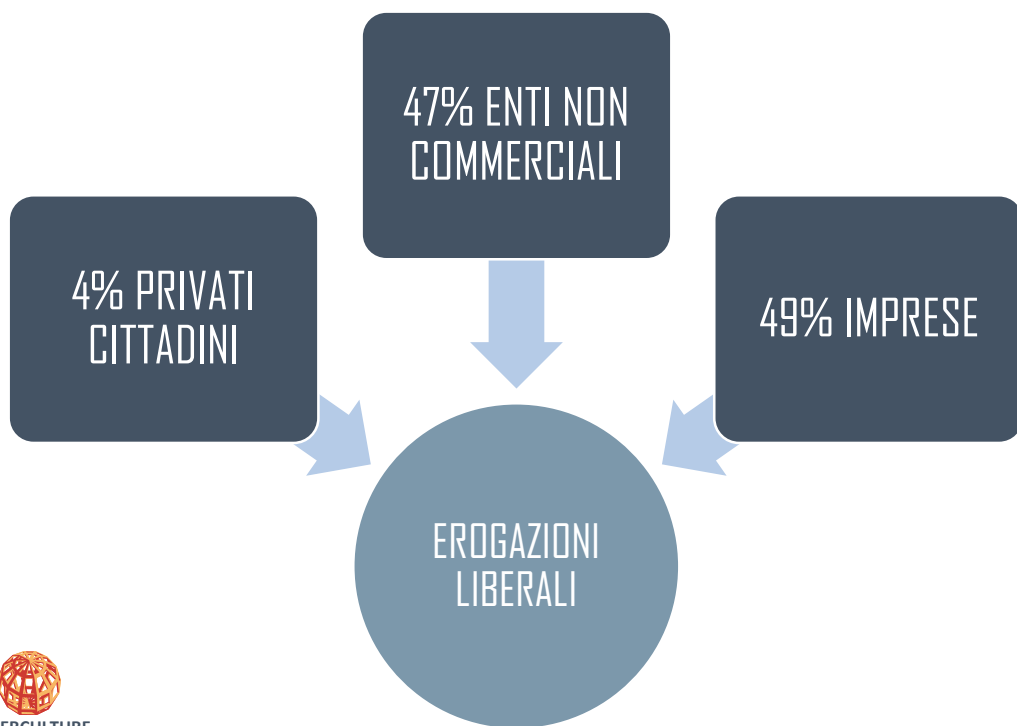
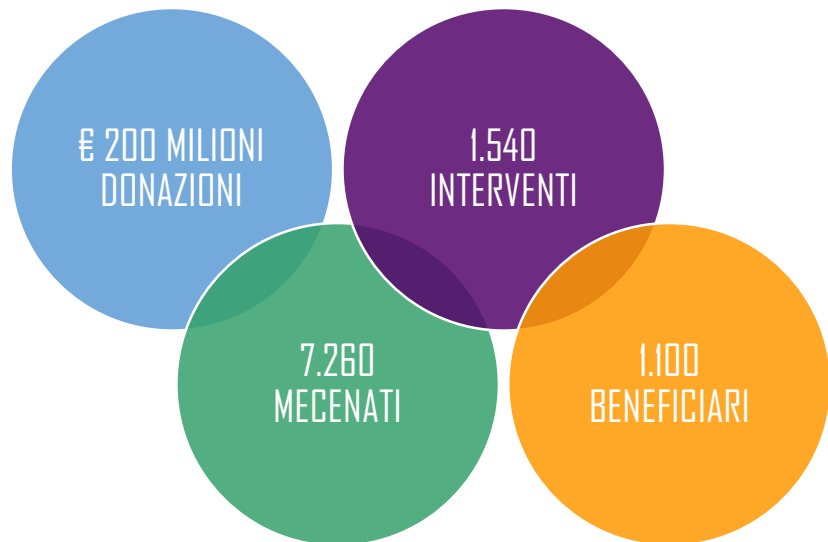


AUMENTO FUS

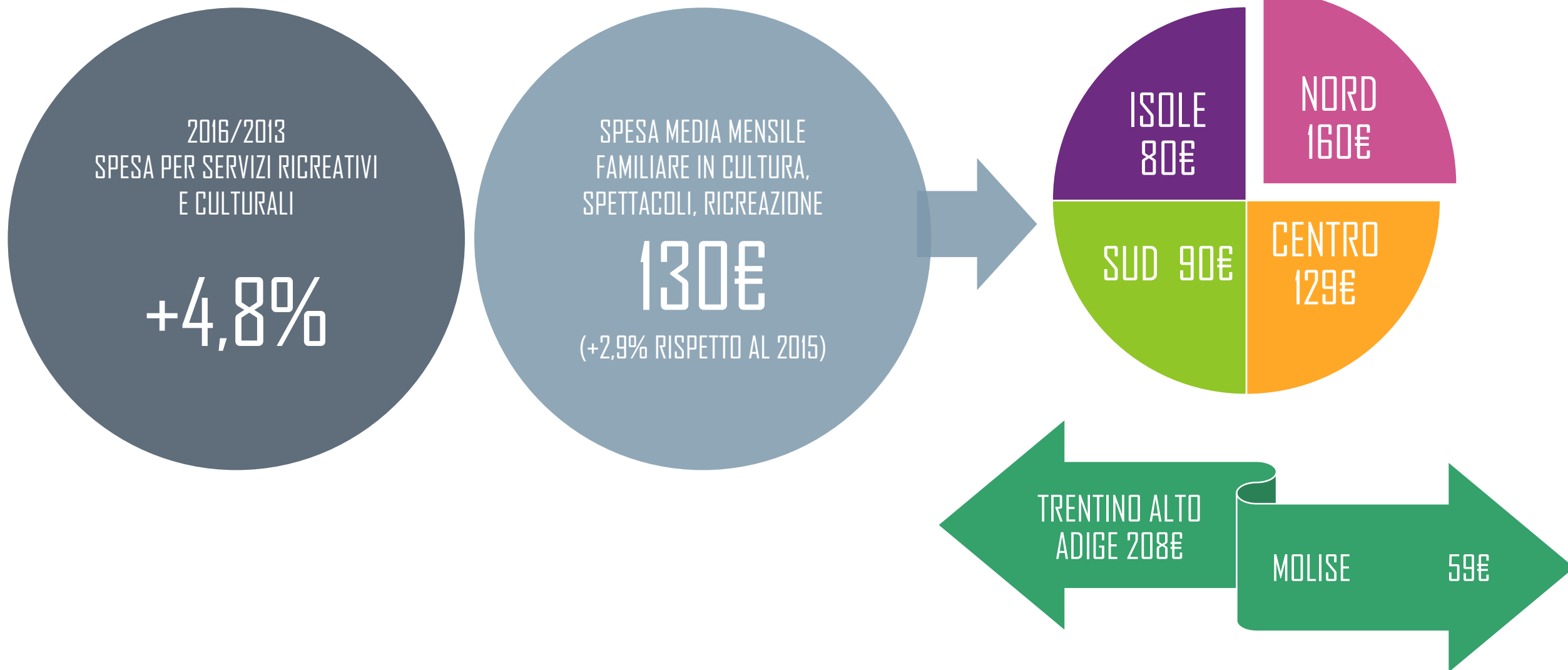
IL MONDO DELLO SPETTACOLO ITALIANO STA
EMERGENDO DA UNA LUNGHISSIMA CRISI
ECONOMICO/FINANZIARIA



LO SPETTACOLO È STRUMENTO DI INCLUSIONE SOCIALE E
PUÒ AIUTARE A RICOSTRUIRE UNA NUOVA IDENTITÀ
COLLETTIVA



SI CONSOLIDA LA RIPRESA DEI CONSUMI, MA...



Fonte: Istat



2016/2013



TEATRO
+10,3%



CINEMA
+13,3%



MUSEI, SITI, AREE ARCHEOLOGICHE, MOSTRE
+22%



CONCERTI (POP, MUSICA LEGGERA)
+19%

CRESCE LA PARTECIPAZIONE CULTURALE, MA...

2016: SOLO IL 40,5% LEGGE UN LIBRO



2016/2013

LETTURA LIBRI -
4,1%

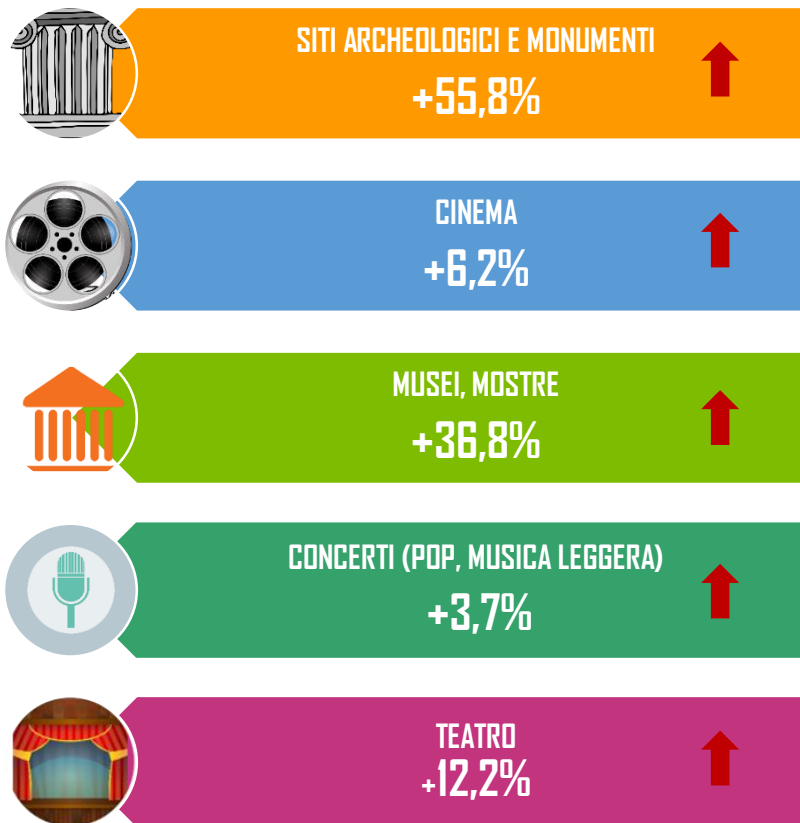


L'8,3% DEGLI
ITALIANI LEGGONO E-BOOK
(STATI UNITI 28%)

Fonte: Istat



LA PARTECIPAZIONE DEI CITTADINI 2016/2013



CAMPANIA
SPESA MEDIA MENSILE
FAMILIARE IN CULTURA
113,19 €

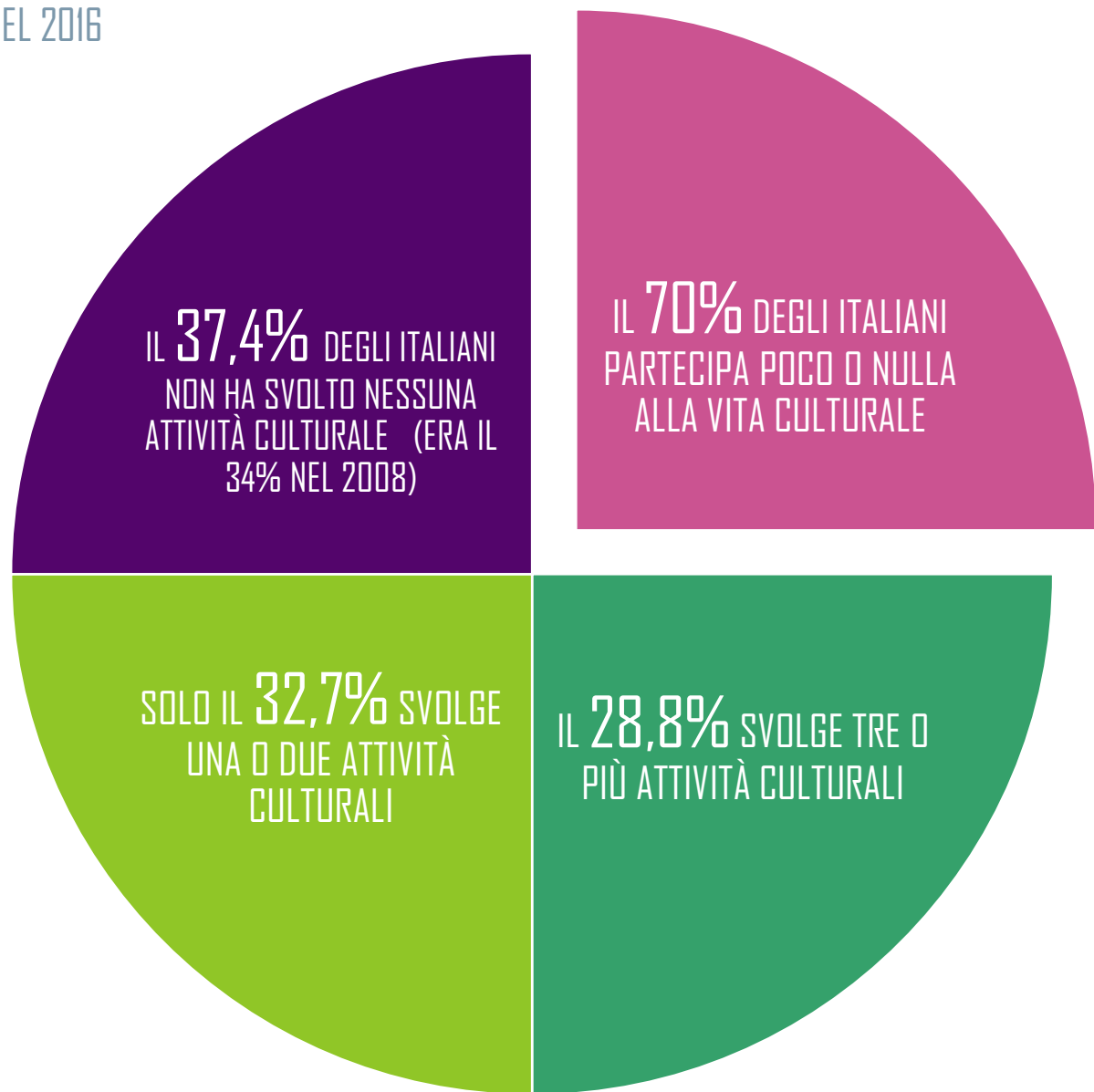
LA PIU' ALTA TRA
LE REGIONI DEL
SUD



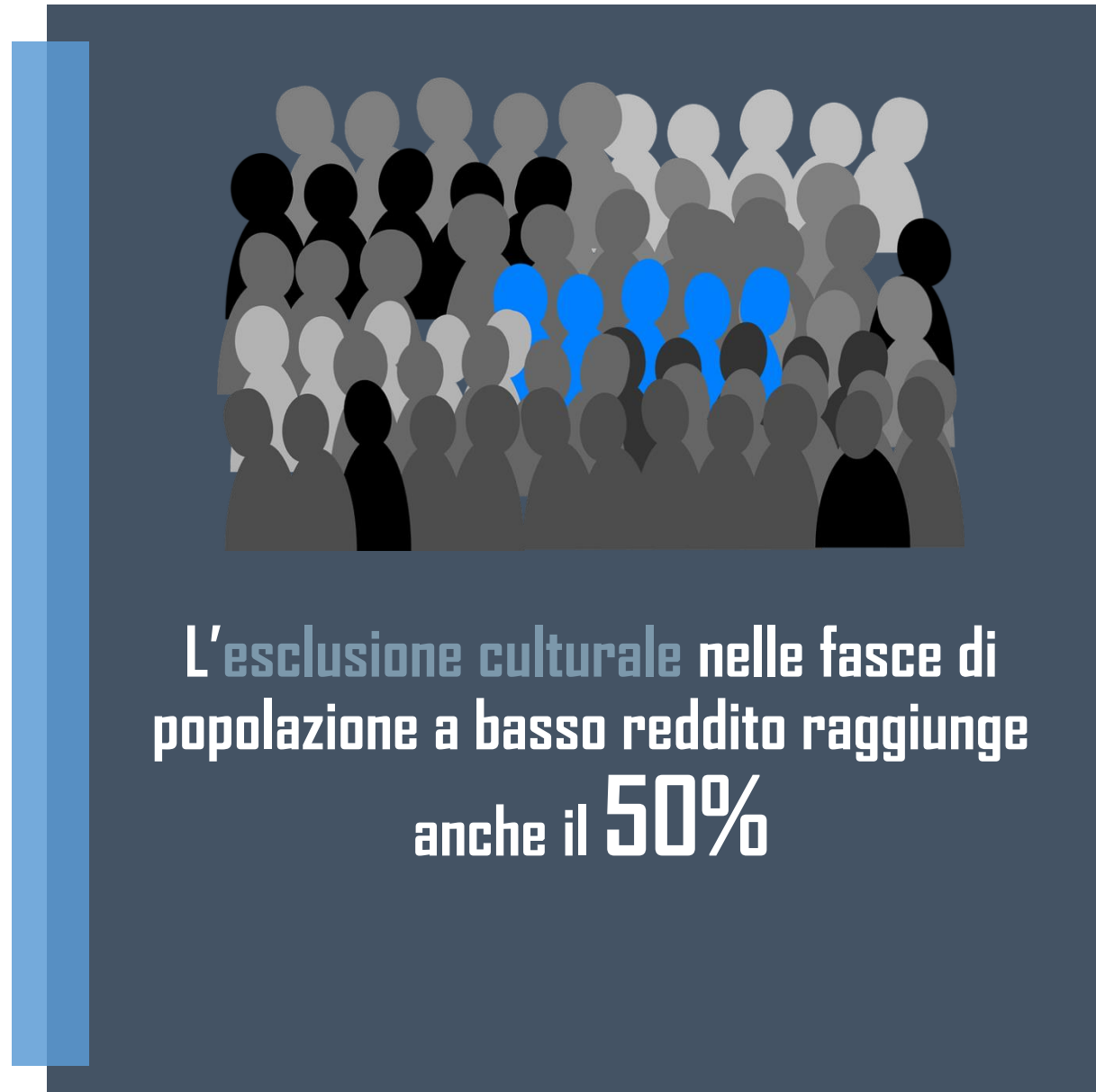
#impresacultura

Fonte: Istat

NEL 2016



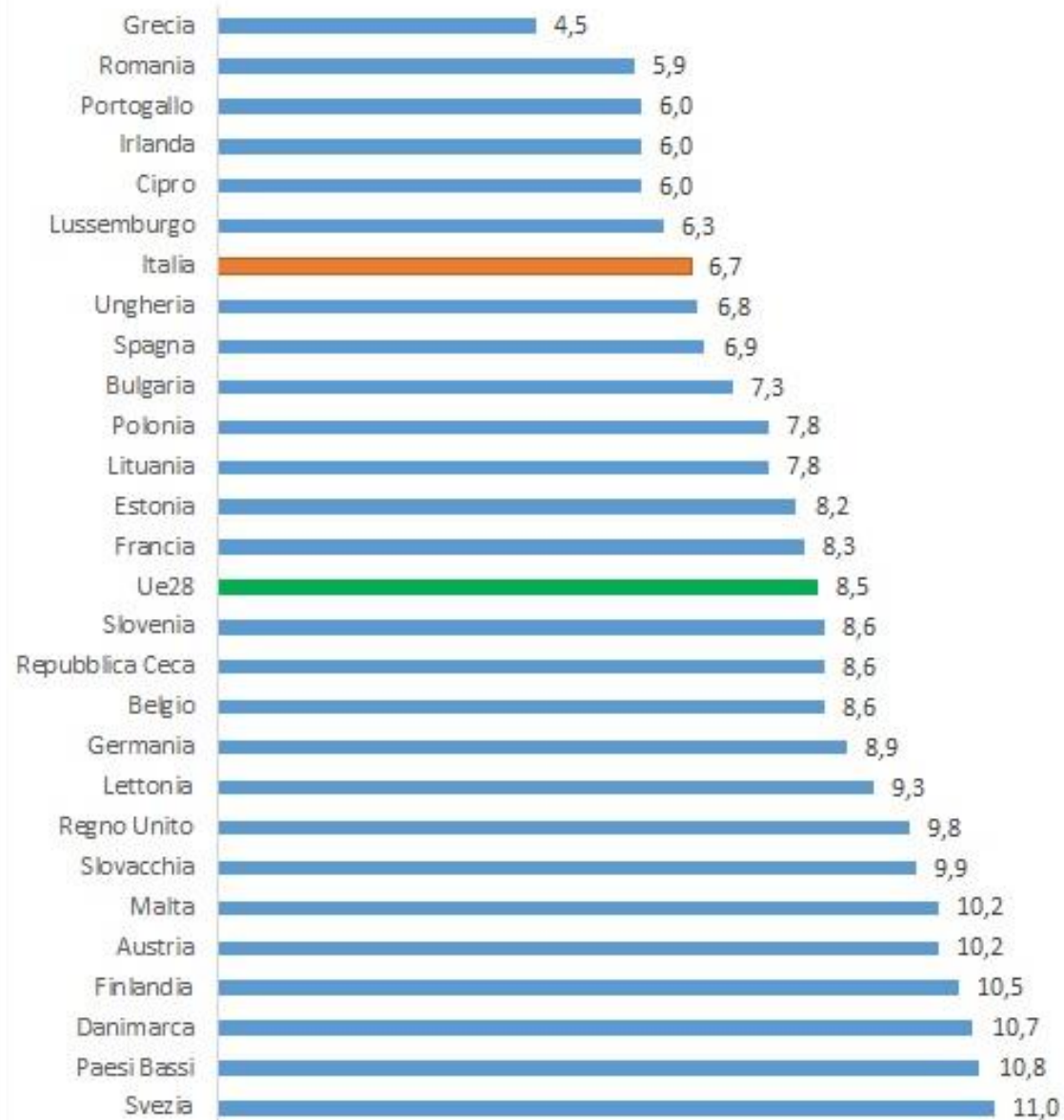
Fonte: Istat



L'esclusione culturale nelle fasce di popolazione a basso reddito raggiunge anche il 50%



IL CONFRONTO EUROPEO



SPESA DELLE FAMIGLIE PER RICREAZIONE E CULTURA – INC. % SULLA SPESA TOTALE PER CONSUMI FINALI

IL FUTURO DEL PATRIMONIO CULTURALE NON POTRÀ PRESCINDERE DAL COINVOLGIMENTO COME STRUMENTO DI PROGETTAZIONE E COME METRICA DELL'ESPERIENZA DEI PUBBLICI CULTURALI



L'ESPERIENZA PASSIVA
CEDE IL POSTO ALLA
FRUIZIONE ATTIVA

Superare la tradizionale trasmissione dei saperi dall'alto verso il basso a favore di orizzontalità di processo in cui il pubblico influenza l'evoluzione del progetto

- ✓ FATHER AND SON È IL VIDEOGIOCO DEL MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI NAPOLI (MANN)
- ✓ È IL VIDEOGIOCO CULTURALE PIÙ SCARICATO AL MONDO
- ✓ 1 MILIONE DI DOWNLOAD
- ✓ 1,5 MILIONI DI ORE INVESTITE GIOCANDO A FATHER AND SON
- ✓ ALCUNE FUNZIONALITÀ POSSONO ESSERE SBLOCCATE SOLO RECANDOSI AL MANN

COMUNICARE LA CULTURA: RACCONTARE MUSEI E TERRITORI



NEL 2016 GLI ESERCIZI RICETTIVI ITALIANI
REGISTRANO IL MASSIMO STORICO

116 MILIONI ARRIVI

403 MILIONI PRESENZE
(+2,6%)

100 MILIONI ARRIVI
(+3,7%)

366 MILIONI PRESENZE
(+4,5%)

PRIMI 9 MESI 2017



CITTÀ D'ARTE 2016

42 MILIONI ARRIVI

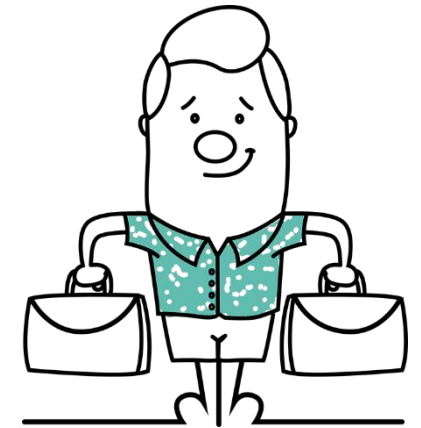
110 MILIONI PRESENZE

2016 SPESA TURISTI
STRANIERI
36,3 MILIARDI €



Fonte: Istat, UIC





- ➡ IL PST 2017-2022 HA RIPORTATO LA PROGRAMMAZIONE IN MATERIA TURISTICA AL CENTRO DELLE POLITICHE NAZIONALI DI MEDIO-LUNGO PERIODO
- ➡ IL PROGRAMMA RILANCIA IL PATRIMONIO CULTURALE, I PAESAGGI, LE CITTÀ E I TERRITORI QUALI ESPRESSIONI DI IDENTITÀ TERRITORIALE E FATTORI DISTINTIVI DI COMPETITIVITÀ

2016



ANNO DEI CAMMINI
(ATLANTE DIGITALE APERTO – 41 CAMMINI)

2017



ANNO DEI
BORGHI

2018



ANNO DEL PAESAGGIO
GASTRONOMICO

2019



ANNO DEL TURISMO
LENTO

RIFORMA CCIAA: UNA NUOVA GEOGRAFIA DI AREA VASTA PER UNA GOVERNANCE INTEGRATA DI SVILUPPO

Le **60** camere di commercio possono favorire politiche integrate di valorizzazione del patrimonio culturale, ambientale e turistico per l'attrattività dei territori, sfruttando al meglio le innovazioni presenti nelle filiere produttive di qualità di un dato territorio ed esaltandone l'integrazione con il patrimonio culturale e l'industria creativa, investendo sui temi dell'accessibilità e della sostenibilità turistica

LA RIFORMA HA
ATTRIBUITO ALLE
CCIAA LA
VALORIZZAZIONE
DEL PATRIMONIO
CULTURALE E LA
PROMOZIONE
DEL TURISMO

**PROTOCOLLO D'INTESA
FEDERCULTURE-INU-
UNIONCAMERE**
per favorire la progettazione di
modelli integrati di promozione
degli attrattori locali
(patrimonio culturale,
naturalistico e produzioni di
eccellenza)

CCIAA COME
SOGGETTO
FACILITATORE
DI NUOVE E
ARTICOLATE
TRAIETTORIE
DI CRESCITA
ECONOMIA

LA CULTURA
INFLUENZA IN
MANIERA
RILEVANTE
L'IMMAGINE
URBANA DI UN
TERRITORIO

OCCORRE
CONSOLIDARE
UNA
RELAZIONE
GIÀ AVVIATA
TRA CULTURA
ED ECONOMIA

BISOGNA
CREARE UN
NUOVO
PRODOTTO
TURISTICO
CULTURALE

RIVITALIZZAZIONE
RIGENERAZIONE

MIRABILIA PROMUOVE
UN'OFFERTA TURISTICA
INTEGRATA DEISITI
UNESCO



IL MOMENTO POSITIVO È PERÒ QUELLO CHE DEVE CONSENTIRE DI RIFLETTERE SUI **NODI STRUTTURALI** DEL NOSTRO SISTEMA CULTURALE E DI INTERVENIRE CON UNA IMPOSTAZIONE STRATEGICA CHE, USCITI DALLA CONGIUNTURA NEGATIVA E DELL'EMERGENZA, DIA ALL'ITALIA UN PEZZO DI PAESE SU CUI CONTARE

IL FENOMENO CULTURALE COSTITUISCE UN
FATTORE FONDAMENTALE PER LA
COSTRUZIONE DELL'IDENTITÀ DEL
TERRITORIO E PER LO SVILUPPO DEL
TURISMO

LA PIANIFICAZIONE CULTURALE
PARTECIPATA CONSENTE AD
UNA COMUNITÀ DI INDIVIDUARE
E SCEGLIERE IL PROPRIO
FUTURO CULTURALE E
TURISTICO

CULTURA E CREATIVITÀ
DIVENGONO I NUOVI
FATTORI DI SVILUPPO DEI
TERRITORI

CULTURA DEL PIANO

PIANI STRATEGICI LOCALI

CULTURAL PLANNING E PLACE MAKING

MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

ART. 117 COSTITUZIONE COMPETENZA CONCORRENTE REGIONI

IN MATERIA DI VALORIZZAZIONE
DEI
BENI CULTURALI E AMBIENTALI E
PROMOZIONE E ORGANIZZAZIONE
DI ATTIVITÀ CULTURALI

L.R. LOMBARDIA N. 25/2016

Art. 37
Piani integrati della cultura

L.P. TRENTO N. 13/2017

Art. 8
Progetti culturali sovracomunali per lo
sviluppo territoriale

SISTEMA MUSEALE NAZIONALE

DG MUSEI - *MuSST* «Patrimonio
culturale e progetti di sviluppo locale»
iniziativa volta a indirizzare i Poli
museali regionali nella progettazione
strategica di valorizzazione territoriale
fondata sul partenariato
pubblico/pubblico e pubblico/privati

SPESA DELLE AMMINISTRAZIONI COMUNALI
IN CULTURA
2 MILIARDI €
NEL 2015 (+4%)

Fonte: Istat

“Coopetition is better
than competition”

IL PRIMO COMPITO DEL DECISORE POLITICO NEL
CAMPO CULTURALE LOCALE È QUELLO DI
MEDIARE E SVILUPPARE UN AUTENTICO PIANO
REGOLATORE DELLA CRESCITA CULTURALE DI UNA
CITTÀ



Le città sono i luoghi in cui si genera e si manifesta il ciclo dell'economia della conoscenza



La Cultura è strumento di inclusione, rigenerazione urbana e attivazione di capacità produttive
OBIETTIVO: crescita della domanda e della partecipazione culturale rimuovendo barriere cognitive, culturali ed economiche

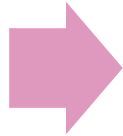


Le amministrazioni comunali cercano un cambio di passo e favoriscono processi di sviluppo culturale sempre più condivisi basati su un piano strategico, un disegno di sviluppo per la cultura



'ALTERNANZA SCUOLA-CULTURA'
Più stretta relazione tra scuola e istituzioni scolastiche

AREE INTERNE 52% DEI
COMUNI

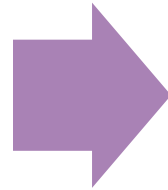


22% DELLA POPOLAZIONE



60% DELLA SUPERFICIE
TERRITORIALE DEL PAESE

2 MILIONI ABITANTI



DIMENSIONE MEDIA 29.000 ABITANTI

CAMPANIA
4 AREE INTERNE
270 COMUNI

72 AREE-
PROGETTO



IN MEDIA
15 COMUNI PER
AREA



1.081 COMUNI
COINVOLTI (13% DEI
COMUNI)



3%
DELLA POPOLAZIONE



16,7% DEL
TERRITORIO NAZIONALE

IL 52% VIVE IN ZONE
REMOTE



MATERA, CAPITALE EUROPEA DELLA CULTURA 2019

COSTRUIRE UN MODELLO DI ECONOMIA BASATO
SULLA CONOSCENZA NON *PER* IL MEZZOGIORNO MA
DAL MEZZOGIORNO

“ La cultura rende inevitabile ciò che è altamente
improbabile

(Pierre Boulez)

”



PROGETTAZIONE
INTEGRATA

**CAPITALE ITALIANA DELLA
CULTURA**

PROGETTAZIONE
INTEGRATA

PROGETTAZIONE PER LA CULTURA



Lapide quadrilingue, 1149 – Palazzo della Zisa

LA STORIA DELLA CITTÀ È
CARATTERIZZATA
DAL SINCRETISMO CULTURALE

IL FENOMENO MIGRATORIO NEL MEDITERRANEO È
UN'OPPORTUNITÀ PER IL FUTURO

PALERMO COME CITTÀ-LINK VOTATA ALLA COSTRUZIONE
SINCRETICA DI PROCESSI INTERCULTURALI

BANDO MIBACT

5,6 MILIONI €

59 PROGETTI PRESENTATI

19 PROGETTI FINANZIATI

9 PROGETTI AMMISSIBILI, MA NON FINANZIATI

COINVOLTI 423 COMUNI PER UN TOTALE DI CIRCA
6 MILIONI DI ABITANTI

CAMPANIA 7 PROGETTI AMMESSI

LE CARATTERISTICHE INNOVATIVE DELL'AVVISO

- APPROCCIO PARTECIPATIVO E INEDITA ATTIVITÀ DI PROGETTAZIONE COMUNE
- INNALZAMENTO LIVELLO DELLA QUALITÀ PROGETTUALE
- LEGAME TRA PROCESSO DI SVILUPPO LOCALE E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE PRESENTE SUL TERRITORIO
- SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

LE PRINCIPALI CRITICITÀ

- CRITERIO DEI 150.000 ABITANTI
- TEMPISTICA
- COORDINAMENTO CON LE ATTIVITÀ DELLE REGIONI

SITI UNESCO IN CAMPANIA: I PIANI DI GESTIONE

CENTRO STORICO DI NAPOLI

AREE ARCHEOLOGICHE DI POMPEI, ERCOLANO
E TORRE ANNUNZIATA

PALAZZO REALE DI CASERTA CON IL PARCO,
L'ACQUEDOTTO VANVITELLIANO E IL
COMPLESSO DI S. LEUCIO

PARCO NAZIONALE DEL CILENTO E DEL VALLO
DI DIANO CON I SITI ARCHEOLOGICI DI PAESTUM
E VELIAE LA CERTOSA DI PADULA

COSTIERA AMALFITANA

I LONGOBARDI IN ITALIA. I LUOGHI DEL POTERE
(568-774 D.C.)



L'ESPERIENZA DI FEDERCULTURE E DEI SUOI ASSOCIATI



È POSSIBILE FARE BUONA
IMPRESA, CREARE NUOVA
OCCUPAZIONE E FAVORIRE
LO SVILUPPO DEI TERRITORI



OCCORRE UNA VISIONE DELLO
SVILUPPO DA PARTE PUBBLICA
CHE DIA LUOGO AD UNA
GOVERNANCE IN GRADO DI
INDIVIDUARE E PROMUOVERE
MODELLI GESTIONALI
INNOVATIVI E SOSTENIBILI
FINALIZZATI A GENERARE
VALORE



L'ATTIVITÀ DELL'IMPRESA
CULTURALE È IN GRADO DI
GENERARE RISORSE
ECONOMICHE CHE,
TUTTAVIA, NON SEMPRE
SONO IN GRADO DI
EQUILIBRARE I COSTI



UNA RILEVANTE QUOTA DI
VALORE GENERATO
DALL'IMPRESA CULTURALE
È DI TIPO **SOCIALE** CHE, PER
SUA NATURA, TROVA
DIFFICOLTÀ AD ESSERE
MISURATO

IL PANORAMA DEI SOGGETTI ATTIVI IN
CAMPO CULTURALE È OGGI ASSAI
RICCO E VARIEGATO

L'IMPRESA CULTURALE CON FINALITÀ DI PUBBLICA FRUIZIONE
HA UNA MISSIONE PARTICOLARE IN ITALIA PER L'IMPORTANZA
DEL PATRIMONIO CULTURALE. FAVORENDO LA
COLLABORAZIONE TRA PUBBLICO E PRIVATO GENERA
APPREZZABILI RICADUTE SOCIO-ECONOMICHE SUI TERRITORI

FONDAZIONI

ASSOCIAZIONI

SOCIETÀ

AZIENDE SPECIALI/
ISTITUZIONI

CONSORZI

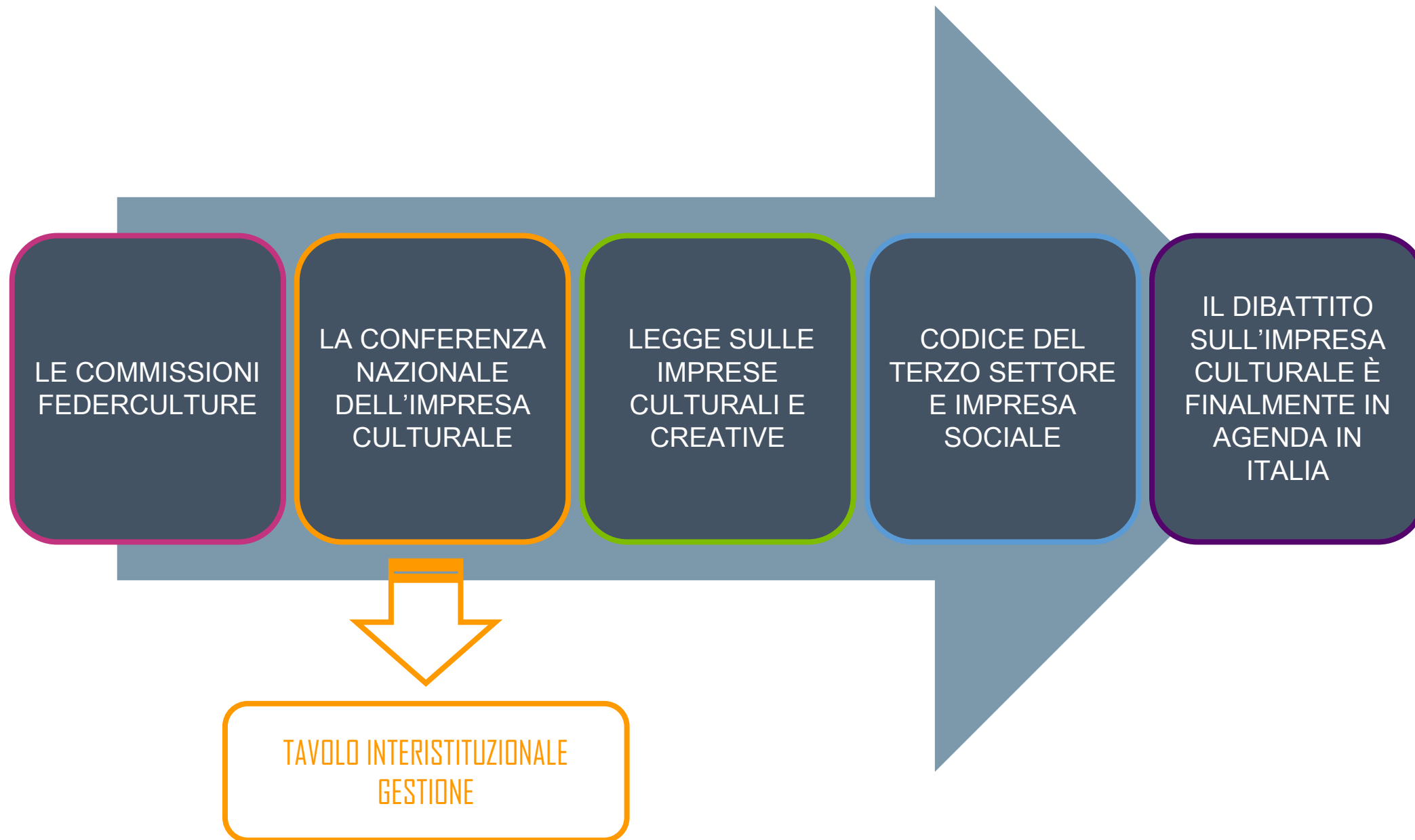
COOPERATIVE

IMPRESE DI COMUNITÀ

3.000 imprese

130.000 lavoratori

aziende a
partecipazione
pubblica
autofinanziamento
+50%



*Non tutto ciò che è
culturale è creativo, non
tutto ciò che è creativo è
culturale*

L'IMPRESA CULTURALE E LA FINALITÀ DI FRUIZIONE PUBBLICA

L'IMPRESA CULTURALE È
L'INFRASTRUTTURA STRATEGICA
INNOVATIVA E SOSTENIBILE PER
VALORIZZARE LE RISORSE
IDENTITARIE DEL TERRITORIO,
FAVORIRE LA CRESCITA SOCIALE
E LO SVILUPPO ECONOMICO

LE IMPRESE CULTURALI
SODDISFANO IL DIRITTO DI
ACCESSO ALLA CULTURA DA
PARTE DEI CITTADINI

ART. 9 COSTITUZIONE

MISSIONE
FONDAMENTALE:
FRUIZIONE PUBBLICA

IMPRESA
CULTURALE

IMPRESA
CREATIVA

SPESSO
COMPLEMENTARE
ALL'IMPRESA
CULTURALE, FORNISCE
PRODOTTI E SERVIZI
CULTURALI IN GRADO DI
QUALIFICARE L'OFFERTA



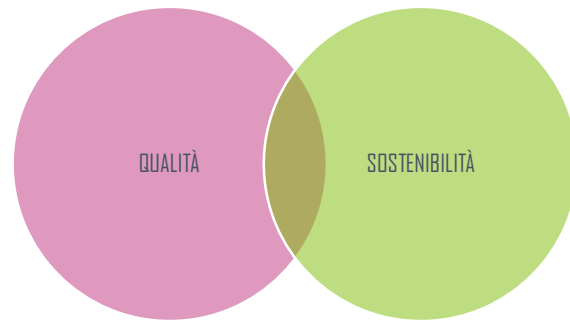
I MUSEI DOTATI DI AUTONOMIA SPECIALE SONO IMPRESE CULTURALI ?

LA RECENTE ACCETTAZIONE DI POTER USARE IL SOSTANTIVO «IMPRESA» PER QUESTA DIMENSIONE DELLE ATTIVITÀ UMANA CI CONSENTE DI POTER USARE ANCHE IN AMBITO CULTURALE TUTTO LO STRUMENTARIO CHE L'IDEA DELL'IMPRESA PORTA CON SÉ IN TERMINI DI RAZIONALITÀ, EFFICIENZA, ORGANIZZAZIONE, MANAGERIALITÀ, ACCOUNTABILITY, EQUILIBRIO ECONOMICO, UTILIZZO DI LEVE FINANZIARIE, MERCATO

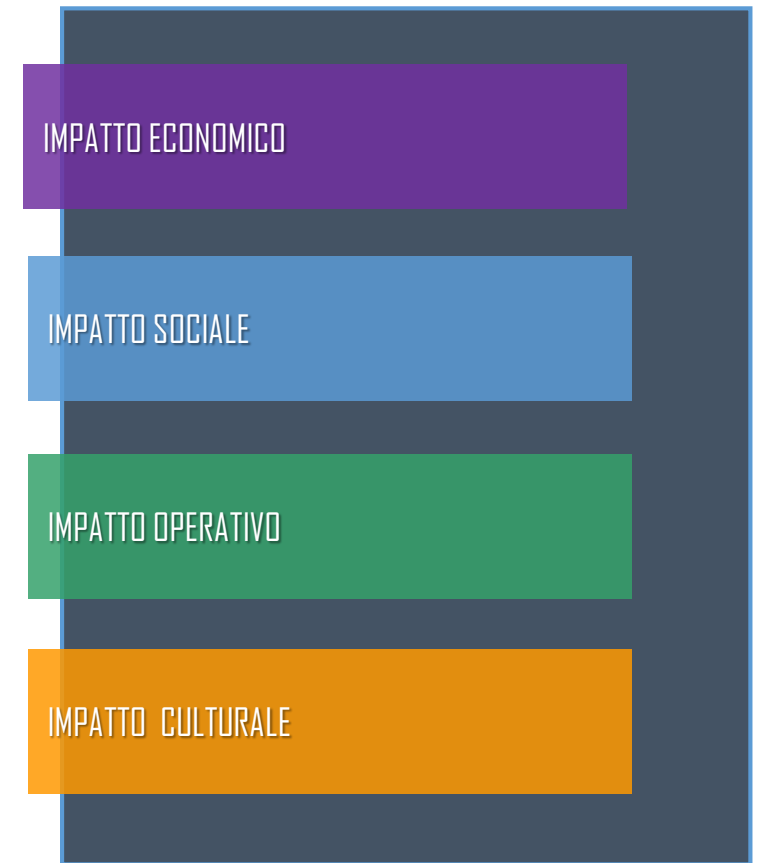


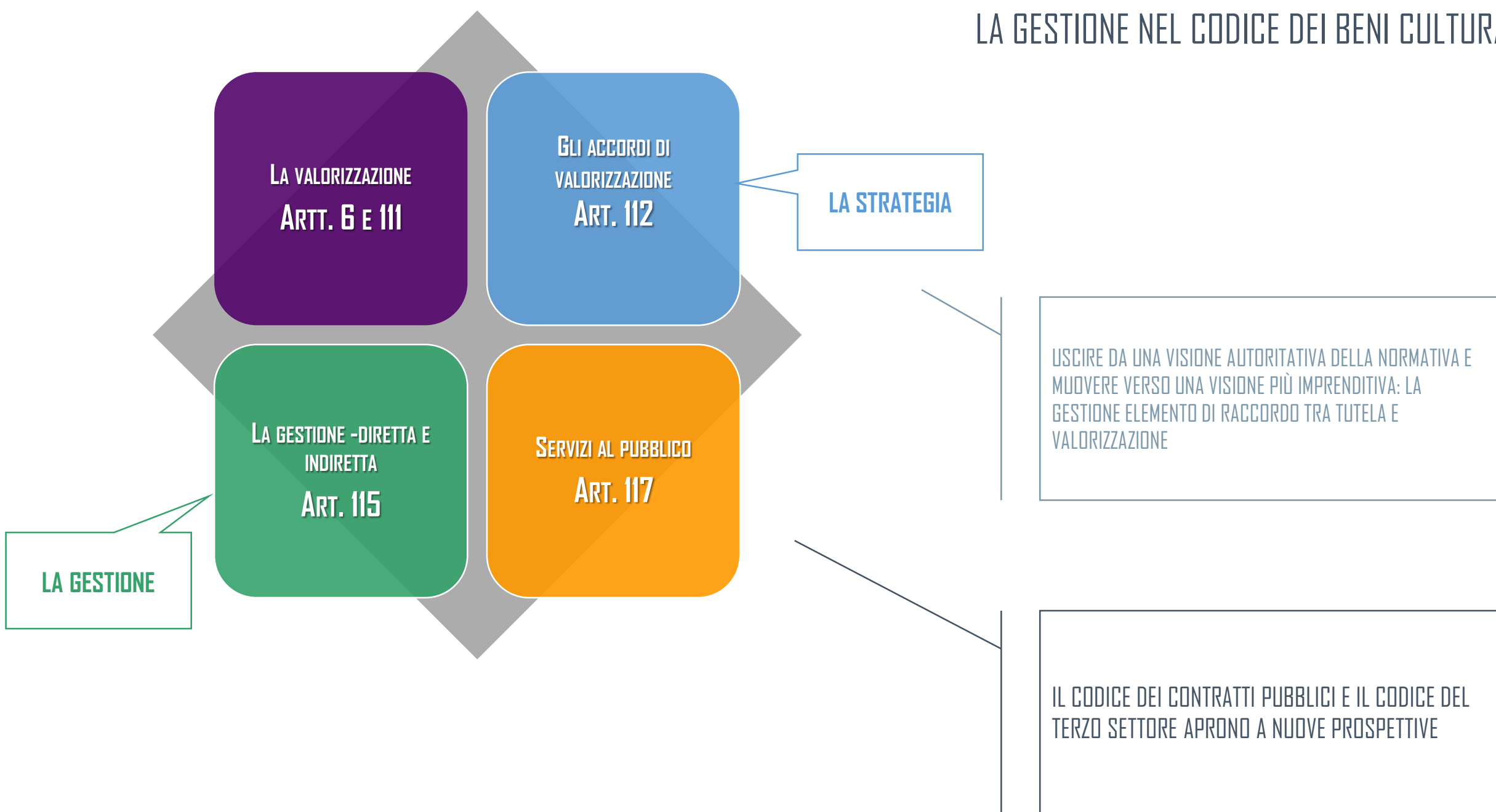
CAMPANIA
72 siti statali

ACCOUNTABILITY: LE RESPONSABILITÀ DELL'IMPRESA CULTURALE



- ACCOUNTABILITY CULTURALE SIGNIFICA DAR CONTO DELL'UTILIZZO DELLE RISORSE CON RIFERIMENTO AI RISULTATI SOCIALI CONSEGUITI E AI BISOGNI COLLETTIVI
- PER LE IMPRESE CULTURALI IL RUOLO DELL'ACCOUNTABILITY HA UN SIGNIFICATO PIÙ PROFONDO RISPETTO AD ALTRE ENTITÀ IMPRENDITORIALI
- OCCORRE INDIVIDUARE UNA **METRICA CONDIVISA** CHE VALORIZZI LE ATTIVITÀ FINALIZZATE A CREARE COESIONE SOCIALE, A FAVORIRE IL DIALOGO INTERCULTURALE, A PROMUOVERE LA PARTECIPAZIONE DI PUBBLICI





SUSSIDIARIETÀ
ORIZZONTALE
ART. 118 COSTITUZIONE

MECENATISMO

SPONSORIZZAZIONI

ELARGIZIONI LIBERALI – ART BONUS

CROWDFUNDING

AZIONARIATO DIFFUSO

ADOZIONE COLLETTIVA DI MONUMENTI

PERCORSI STRUTTURATI TURISTICO-CULTURALI

LE ALTRE MODALITÀ DI FARE INTRAPRESA IN CULTURA



SOCIETÀ BENEFIT
(LEGGE DI
STABILITÀ 2016)



«L'EREDITÀ CULTURALE È UN INSIEME DI RISORSE EREDITE DAL PASSATO CHE LE POPOLAZIONI IDENTIFICANO (...) COME RIFLESSO ED ESPRESSIONE DEI LORO VALORI, CREDENZE, CONOSCENZE E TRADIZIONI, IN CONTINUA EVOLUZIONE»

«UNA COMUNITÀ DI EREDITÀ È COSTITUITA DA UN INSIEME DI PERSONE CHE ATTRIBUISCE VALORE AD ASPETTI SPECIFICI DELL'EREDITÀ CULTURALE»

IL VALORE IDENTITARIO
DEL PATRIMONIO
IMMATERIALE

TASSO DI
DISOCCUPAZIONE IN
ITALIA



11,1%

TASSO DI
DISOCCUPAZIONE 25-
34 ANNI



17,1%



POPOLAZIONE
INATTIVA



26%

Fonte: Istat

IMPRESA CULTURALE E NUOVA OCCUPAZIONE

LO SVILUPPO DELL'IMPRESA CULTURALE CON FINALITÀ DI PUBBLICA FRUIZIONE POTREBBE ASSORBIRE QUOTE CRESCENTI DI DISOCCUPAZIONE GIOVANILE, IN PARTICOLARE QUELLA CON COMPETENZE UMANISTICHE E DARE PROSPETTIVE AI MOLTEPLICI CORSI UNIVERSITARI IN CULTURAL MANAGEMENT





SCUOLA DEL PATRIMONIO CULTURALE



PON GOVERNANCE PROGETTAZIONE
INTEGRATA



SCUOLA DI GOVERNO LOCALE PER LO
SVILUPPO A BASE CULTURALE

SE È VERO CHE IL MiBACT È IL PRIMO
MINISTERO ECONOMICO DEL PAESE OCCORRE
PROMUOVERE UNA NUOVA
**POLITICA UNITARIA DI
SVILUPPO A BASE CULTURALE:**

VERSO IL **CIPECT** COMITATO
INTERMINISTERIALE PROGRAMMAZIONE
ECONOMICA
CULTURA TURISMO INDUSTRIE CREATIVE

“C'È UN PAESE CHE MERITA
UN GRANDE FUTURO
PROPRIO GRAZIE E PER LA
CULTURA

”