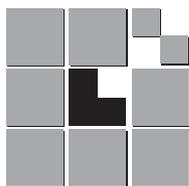


OSSERVATORIO
CULTURALE
DEL PIEMONTE ©

2000

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.

Giuridicamente l'IRES è configurato come 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.*

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Mario Santoro, *Presidente*
Maurizio Tosi, *Vicepresidente*
Paolo Ferrero, Antonio Monticelli, Enrico Nerviani, Raffaele Radicioni,
Michelangelo Penna, Furio Camillo Secinaro, Maurizio Ravidà

COMITATO SCIENTIFICO

Valter Boero, Sergio Conti, Mario Montinaro, Angelo Pichierri, Walter Santagata,
Silvano Scannerini, Gianpaolo Zanetta

COLLEGIO DEI REVISORI

Giorgio Cavalitto, *Presidente*
Giancarlo Cordaro e Mauro Loris Marengo, *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,
Giorgio Bertolla, Antonino Bova, Paolo Buran, Laura Carovigno, Renato Cugno, 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, Renato Miceli, Maria Cristina Migliore,
Giuseppe Mosso, Carla Nanni, Sylvie Ocelli, Santino Piazza, Stefano Piperno, Sonia Pizzuto,
Elena Poggio, Lucrezia Scalzotto, Filomena Tallarico, Luigi Varbella, Giuseppe Virelli

© 2001 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

OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE

Sottoscrittori del Protocollo d'Intesa

Regione Piemonte

IRES

Città di Torino

Compagnia di San Paolo

Fondazione Cassa di Risparmio di Torino

AGIS

Fondazione Fitzcarraldo

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

Coordinamento scientifico dell'Osservatorio Culturale del Piemonte

Luca Dal Pozzolo

RELAZIONE ANNUALE 2000

Redazione a cura di Fondazione Fitzcarraldo

Ivana Bosso, Stefania Coni, Cristina Favaro, Luca Dal Pozzolo, Alessia Rossi

Elaborazioni cartografiche

Sergio Bongiovanni, Paolo Castelnovi

Progetto grafico

Manera sas

Ufficio editoria dell'Ires

Maria Teresa Avato, Laura Carovigno

Editing

Mario Bianco, Eva Capirossi, Giuseppe Orlandi, Raffaella Roddolo

Impaginazione

Edit 3000 srl

Stampa

Grafica ESSE snc

Si ringraziano per la collaborazione

Regione Piemonte Assessorato alla Cultura ed Istruzione - Direzione 31 Beni Culturali

Direzione 32 Promozione Attività Culturali

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 Arti Musicali - Settore Eventi Culturali

Settore Beni Culturali e Mostre - Settore Gioventù

ISTAT

AGIS

Associazione Torino Città Capitale Europea

Consulte per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali di Alessandria, Fossano, Savigliano e Torino

Compagnia di San Paolo

Fondazioni delle Casse di Risparmio di Alessandria, Asti, Biella, Bra, Cuneo, Fossano, Saluzzo, Savigliano, Torino, Tortona, Vercelli

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

Cooperativa EtaBeta

Cooperativa Marca

Si ringraziano inoltre: Elisabetta Ballaira, Paolo Berruti, Luisa Brecciaroli, Amanzio Borio, Leandro Burgay, Marco Carassi, Renato Cogno, Dario Disegni, Anna Maria Donadoni Rovere, Daniela Formento, Carlo Galizia, Paola Ganio Vecchiolino, Erica Gay, Saverio Gazzelloni, Maria Grazia Ghiazza, Paola Grassi Reverdini, Angela Griseri, Daniele Jalla, Pasquale Bruno Malara, Rita Marchiori, Cristina Mecchia, Roberto Morano, Giuseppina Negro, Luisa Papotti, Francesco Pernice, Patrizia Perrone, Maria Luisa Re Fiorentin, Maria Antonietta Ricchiuto, Felice Romano, Franco Rossigno, Alessandra Santise, Jenny Servino, Laura Silvestri, Carla Enrica Spantigati, Elisabetta Spina, Alberto Vanelli, Carlo Viano

| | | |
|--|-----|---|
| <i>Presentazione</i> | 7 | ■ |
| <i>Editoriale</i> | | |
| La cultura investe, il pubblico risponde | 9 | ■ |
| <i>Introduzione</i> | 11 | ■ |
| <i>Capitolo 1</i> | | |
| I consumi culturali | 15 | ■ |
| 1.1 Musei e beni culturali | 15 | |
| 1.2 Gli abbonamenti ai musei di Torino | 36 | |
| 1.3 Mostre | 39 | |
| 1.4 Saloni | 47 | |
| 1.5 Lo spettacolo dal vivo | 48 | |
| 1.6 Il cinema | 66 | |
| <i>Capitolo 2</i> | | |
| Gli aspetti economici e occupazionali | 77 | ■ |
| 2.1 Le risorse per la cultura | 77 | |
| 2.2 L'occupazione culturale in Piemonte | 87 | |
| <i>Capitolo 3</i> | | |
| La produzione culturale | 91 | ■ |
| 3.1 La produzione culturale e le sue filiere | 91 | |
| 3.2 Editoria libraria e di prodotti multimediali | 92 | |
| 3.3 Produzione audiovisiva | 96 | |
| 3.4 Lo spettacolo dal vivo | 101 | |
| 3.5 Le biblioteche | 107 | |
| 3.6 L'associazionismo culturale | 108 | |
| Osservazioni conclusive | 109 | |
| <i>Appendice</i> | 111 | ■ |
| <i>Bibliografia</i> | 131 | ■ |

PRESENTAZIONE

Con la presente edizione della relazione annuale l'Osservatorio Culturale del Piemonte conclude il suo primo triennio di attività e assume, potendo ormai contare su un'esperienza specifica e consolidata nel rilevamento e nella gestione dei flussi di informazione, la funzione di strumento privilegiato al servizio degli operatori e degli amministratori sia pubblici che privati.

L'indagine condotta in Piemonte sulle risorse culturali presenta nell'anno 2000 uno scenario assai confortante. Proseguendo una tendenza in atto, ampiamente rilevata nelle scorse edizioni, la reale novità dell'anno appena monitorato è data dalla crescita diffusa della produzione e dei consumi culturali. Infatti, sebbene non sia mancato nemmeno questa volta il cosiddetto evento "forte" rappresentato dall'apertura del Museo Nazionale del Cinema (200.000 presenze in pochi mesi), l'analisi mette in luce un aumento generale e costante della fruizione dei beni culturali su tutto il territorio regionale. Oltre 2.600.000 visitatori sono affluiti nei musei, negli edifici civili e religiosi, nei siti paesaggistici e nelle sedi espositive, mentre le mostre temporanee (53 nell'area metropolitana torinese) hanno accolto, da sole, un milione di persone. E non può essere trascurata la portata delle manifestazioni fieristiche ospitate in Piemonte: a fronte di una lieve diminuzione di pubblico per il tradizionale appuntamento della Fiera del Libro, nel 2000 è aumentato addirittura del 9% il gradimento per Artissima (il secondo evento nazionale dell'arte contemporanea dopo Artefiera di Bologna) e continua a crescere per eco e dimensioni anche il Salone del Gusto.

L'offerta piemontese risulta insomma particolarmente ricca e, dato ancor più interessante, ottiene una risposta senza precedenti, come dimostrano le aperture straordinarie e i prolungamenti degli orari di visita di musei e gallerie, che hanno ottenuto un aumento degli abbonamenti nell'ordine addirittura del 40% rispetto allo scorso anno.

Sembra dunque che abbia preso avvio un circolo virtuoso e questo non solo nel campo dell'arte e dello spettacolo, ma anche in quello dell'editoria, come dimostra il numero degli editori piemontesi, incrementatosi recentemente più di quanto avvenuto nella media italiana, e della multimedialità dove il fatturato della produzione audiovisiva ha raggiunto la rispettabile soglia dei 220 miliardi.

Tutte le attività e i beni culturali, compresi gli aspetti economici e occupazionali ad essi collegati, ossia l'insieme di tutti i "saperi" e di tutte le abilità connesse alla promozione umana, si rivelano sempre più una risorsa insostituibile per ogni processo di sviluppo locale. E il Piemonte del terzo millennio si schiera decisamente in prima linea per affrontare questa sfida.

GIAMPIERO LEO
Assessore alla Cultura
Regione Piemonte

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

LA CULTURA INVESTE, IL PUBBLICO RISPONDE

“Innescare un processo cumulativo delle conoscenze e superare la frammentazione delle informazioni” era scritto nella presentazione della prima Relazione dell’Osservatorio Culturale del Piemonte nel 1998. Siamo giunti ormai alla terza edizione ed è ora sicuramente possibile rilevare come l’attività dell’Osservatorio sia proceduta in questa direzione. Infatti, negli anni più recenti, si sono moltiplicate le riflessioni non unicamente sul ruolo delle singole istituzioni culturali quanto sugli effetti della loro integrazione e interazione. La parola “sistema” compare a proposito dello spettacolo, dei musei, dei beni culturali: sistema musica, sistema arte moderna, sistema museale metropolitano non indicano solo ambiti di dibattito, ma iniziative comuni e di coordinamento per delineare interessanti prospettive di ampliamento della domanda di cultura e un’offerta complessivamente più visibile e riconoscibile.

L’aumento, registrato anche per il 1999, dei visitatori nel sistema museale (2% in Piemonte, 3% nel territorio extra metropolitano; da 1,3 a 1,7 milioni di visitatori nel Sistema Museale Metropolitano) conferma ulteriormente l’efficacia delle strategie messe in atto dagli attori istituzionali preposti alle politiche di settore.

È di particolare rilevanza segnalare che, anche per il biennio 1999-2000, si registra un ulteriore aumento delle risorse pubbliche e private nel settore culturale, stimate in oltre 460 miliardi (esclusi i finanziamenti per la Reggia di Venaria e per le Residenze Sabaude). La forte consistenza degli investimenti nel settore culturale e, più in generale, l’incremento non solo quantitativo delle iniziative e delle risorse, si configurano sempre più come elementi costitutivi per un *milieu* urbano e regionale in cui le iniziative culturali sono da considerarsi elementi strategici nei processi di competizione/cooperazione per lo sviluppo fra aree territoriali e fra regioni.

Le informazioni e i dati diffusamente commentati nella relazione mostrano, inoltre, la vivacità del settore culturale piemontese nel suo complesso, sia in campi tradizionalmente consolidati come l’editoria che in altri più innovativi, come quello degli audiovisivi e delle produzioni cinematografiche. Non è possibile, tuttavia, dimenticare che il cinema italiano è nato proprio a Torino. È proprio la ri-scoperta dei saperi regionali, quali fattori di identità territoriali, la carta su cui puntare per il futuro: un’offerta integrata di opportunità culturali e di *loisir* in senso lato, intese come elementi determinanti nelle strategie dei più ampi processi di sviluppo locale e regionale.

MARCELLO LA ROSA
Direttore IRES

INTRODUZIONE

Con la terza edizione della relazione annuale si chiude un primo triennio di attività dell'OCP nel quale si sono sperimentati a fondo modelli di indagine, organizzazioni di flussi informativi, strumenti di monitoraggio. La relazione annuale non è una ricerca sull'economia della cultura in Piemonte né un prodotto "speciale", ma semplicemente il riassunto di un'attività di montaggio costante che rappresenta l'occupazione quotidiana dell'OCP. È un'occasione per riflettere, per fare il punto, per allargare il dibattito sui risultati ottenuti e sulle strategie da mettere in campo, ma il corredo di dati, informazioni e analisi è già stato disseminato, attraverso il web e le moltissime richieste di informazioni che ci vengono dagli addetti ai lavori, da funzionari, dagli operatori, dalle università, attraverso il lavoro che quotidianamente viene svolto con le amministrazioni pubbliche per ottimizzare i flussi di informazione, per uniformare i modelli di indagine, per ricavare indicazioni utili alla gestione quotidiana.

L'attività dell'OCP è diventata per i principali interlocutori pubblici e privati uno strumento di uso quotidiano, una risorsa aggiuntiva per la comprensione e l'analisi del mondo della cultura e del suo pubblico. Era questo un obiettivo specifico, ma vederne giorno per giorno una progressiva attuazione non può che rappresentare un motivo di soddisfazione. E il segno più evidente di tutto ciò è che un complesso di informazioni, dati e statistiche viene ormai considerato da molti operatori come un dato di fatto, come un nuovo standard sul quale contare: anzi qualche volta capita che vengano richieste le stesse statistiche che l'OCP produce per il Piemonte anche per altre regioni, dando per scontato e omogeneo il livello d'informazioni. Qui sta sicuramente uno dei limiti oggettivi con cui si scontrano le conoscenze in questo settore. Non è difficile accorgersene scorrendo questa relazione annuale: è stato fatto uno sforzo generalizzato per confrontare i dati con altre regioni, con il livello nazionale, con altri paesi europei. Pur nella ricchezza delle informazioni ne esce un quadro frammentario, discontinuo; di alcuni fenomeni si conosce tutto nel dettaglio, di altri sono disponibili solo poche informazioni; a livello nazionale si conosce il numero dei visitatori nei musei statali, ma non è possibile confrontare il monitoraggio del Piemonte con l'insieme dei visitatori di tutti i musei italiani. Del cinema si conosce la situazione dettagliata in tutti i paesi europei grazie a Media Salles, struttura nata con il contributo del programma Media dell'Unione Europea che svolge un'attività d'osservazione internazionale. Ci si può confrontare invece con Barcellona sui musei, sugli spettacoli e sull'industria culturale, poiché vi è un Osservatorio – con il quale l'OCP collabora – che raccoglie con metodologie analoghe gli stessi dati oggetto di monitoraggio in Piemonte.

Nel corso di questi anni abbiamo discusso di metodi d'indagine, di impostazione degli osservatori, di formato dei dati con molti colleghi che gestiscono o sono intenzionati a costruire osservatori della cultura in Italia e all'estero: con l'Osservatorio della Lombardia e con l'Osservatorio dell'Emilia-Romagna prosegue una collaborazione ormai storica, con altre regio-

ni abbiamo avuto contatti volti ad approfondire la struttura di possibili osservatori, prosegue la collaborazione con Barcellona, con il Belgio, con alcune realtà francesi, con il Québec, ma un confronto sistematico punto per punto con altre regioni europee e italiane è ancora un obiettivo da raggiungere e che interessa tutti coloro che indagano a livello regionale.

Questi problemi si leggono nella filigrana dei confronti proposti tra le diverse regioni, laddove, per ottenere informazioni comparabili, occorre salire di scala e utilizzare i dati disponibili a livello nazionale. Eppure, proprio maneggiando i dati confrontabili tra regione e regione e disponibili a livello nazionale, si ha l'impressione che emerga un altro volto del Piemonte, un'altra immagine. Innanzitutto si tratta del Piemonte di qualche anno prima, e in aggiunta le informazioni così aggregate restituiscono un'immagine dura, monolitica, poco sfaccettata. Si legge un dato ma non si leggono le tendenze, specie quelle nascenti, quelle che occorre individuare per consolidare, per promuovere, per costruire policy di sostegno. Quando il fenomeno è percepibile a quel livello di aggregazione, si tratta ormai di un evento consolidato, non solo di un "dato", ma di un "dato di fatto".

Ci siamo abituati ad usare le indagini e la statistica a livello regionale per registrare anche lievi variazioni, per offrire la possibilità di verificare gli effetti delle azioni e delle policy in un tempo breve, per monitorare "in corso d'opera", per fornire strumenti di analisi utili per chi deve prendere decisioni al livello regionale e sub-regionale.

Emerge la dimensione territoriale dei fenomeni, la "grana fine" dei problemi, la "scia" prodotta dalle dinamiche, le "perturbazioni" ai bordi dei cambiamenti. E quando dobbiamo cambiare il set di dati per rendere confrontabili Piemonte e altre regioni, ecco che si perde questa ricchezza, sfumano i lineamenti del ritratto, compare un'icona più rigida, più povera. Non è "sguardo di lontano" contro "sguardo da vicino", è un salto di scala qualitativo. I dati a livello regionale, i monitoraggi, servono per operare, per decidere, sono ricchi e devono essere disponibili velocemente, sono incompleti perché aprono nuove "piste d'indagine", perché esplorano più che sistematizzare.

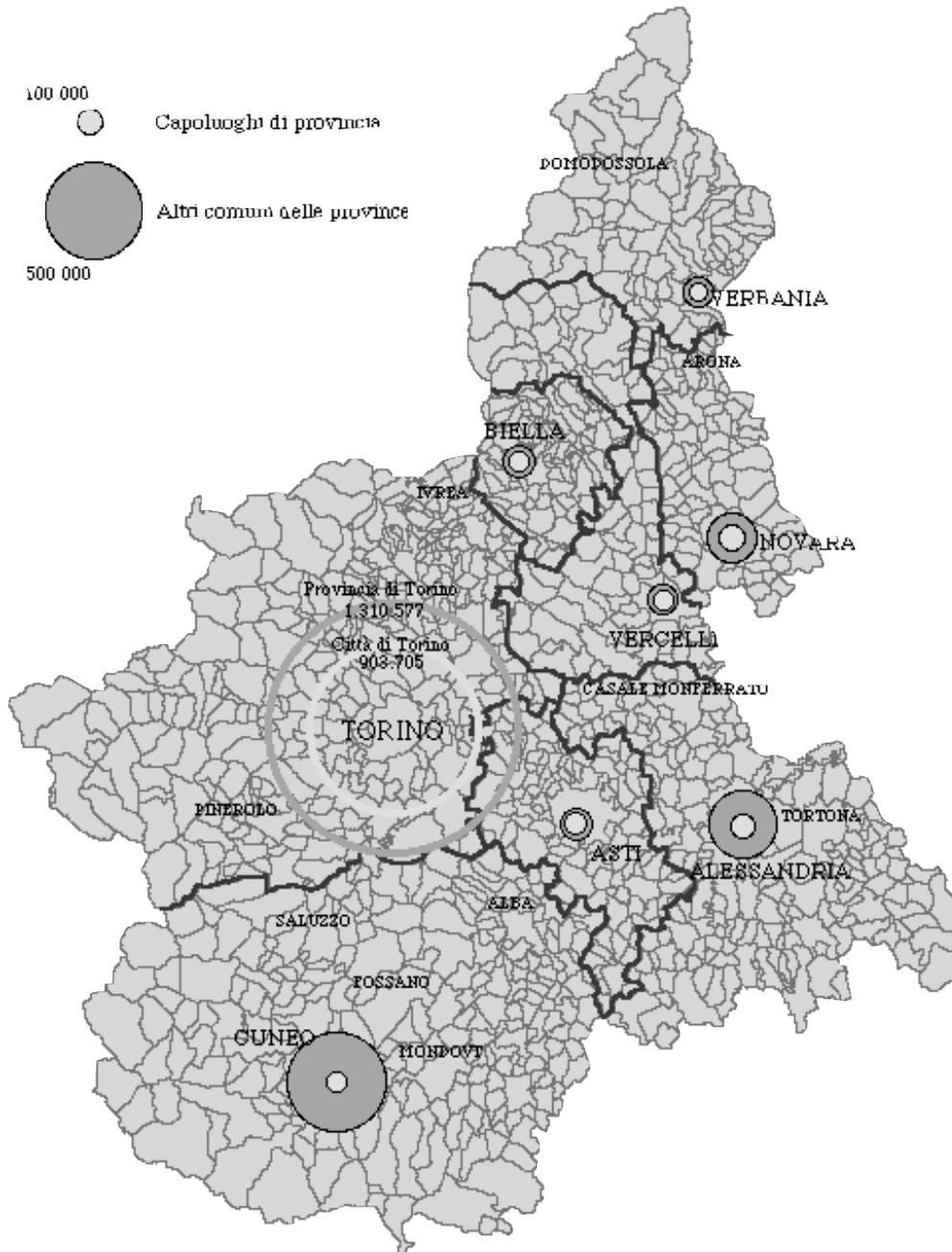
I dati che consentono i confronti a livello più generale sono aggregati, algidi, spuntano sul finir del giorno: non è colpa loro se servono poco a decidere e molto invece a capire l'ordine dei rapporti generali, la posizione di ciascuno rispetto agli altri.

Si tratta di due set di dati da non mescolare troppo: entrambi di fondamentale utilità non possono essere utilizzati per finalità per le quali non sono stati "pensati". Né i dati a livello regionale possono ambire a sostituire le statistiche e le informazioni raccolte a livello nazionale, che rappresentano l'indispensabile quadro d'unione statistico e allo stesso tempo la cornice generale e la possibilità di un confronto generalizzato. Proprio a questo livello generale e nazionale, il processo di revisione delle statistiche culturali produce ogni anno nuovi dati riguardanti la cultura, che stimolano a verificarne il peso in ambito regionale e territoriale.

È la possibilità di un confronto di dati "a grana fine" a livello regionale e sub-regionale che necessita oggi di un approfondimento e di molte energie da investire: occorre uscire dalla logica delle ricerche singole, dei casi di studio, per avviare monitoraggi sistematici e continui. L'interesse a confrontare con sistematicità i dati raccolti a livello territoriale in differenti regioni è un obiettivo alla portata di una rete di osservatori o di centri di ricerca regionali e diviene di estrema attualità nel momento in cui sta emergendo la consapevolezza che la cultura, le attività culturali, i beni culturali, i "saperi" e i "saper fare" sono una delle risorse fondamentali per tutti i processi di sviluppo locale. Confrontare in che modo, in che misura, con quali strumenti, cultura e beni culturali possano diventare "lievito" di processi di sviluppo territoriale, motori di sviluppo locale: crediamo sia questa la prospettiva ambiziosa, il valore aggiunto, che potrebbe scaturire da un confronto puntuale sui dati di "grana fine", da uno scambio fitto di analisi tra regioni, città, da uno sforzo condiviso d'indagine. È sicuramente questa una delle direzioni di impegno e di investimento concreto a cui guardiamo per il futuro, a partire dal rendere trasparenti e comunicabili i risultati delle nostre indagini.

LUCA DAL POZZOLO

Fig.1 POPOLAZIONE RESIDENTE IN PIEMONTE (1999)



Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT

I CONSUMI CULTURALI

1.1 MUSEI E BENI CULTURALI

Nel 2000 la crescita del numero di visitatori in Piemonte sembra legata ad un insieme di fattori piuttosto che ad alcuni eventi di particolare richiamo, come invece risultò per gli anni 1998, con l'Ostensione della Sindone, e 1999 con la mostra "I trionfi del Barocco" presso la Palazzina di Caccia di Stupinigi.

Sebbene non sia mancato anche per il 2000 l'evento "forte", ossia l'apertura del Museo Nazionale del Cinema presso la Mole Antonelliana (che in ragione dell'allestimento interattivo, della tipologia delle collezioni e della sede di prestigio contribuisce ad arricchire e a diversificare l'offerta museale torinese), è tuttavia riduttivo attribuire la crescita delle affluenze solo all'apertura di questo museo ignorando il peso di molteplici elementi che nel loro complesso hanno generato un positivo "effetto di sistema".

L'ampliamento e la diversificazione dell'offerta museale, al di là del Museo Nazionale del Cinema e di altre istituzioni torinesi, ha infatti riguardato anche aree extra metropolitane (ne è un esempio l'apertura al pubblico del Forte di Exilles); inoltre, sebbene sia mancata una mostra-evento di attrazione internazionale, sono state realizzate in Piemonte numerose esposizioni temporanee – 123 in tutto il territorio – che hanno richiamato complessivamente più di 1.000.000 di visitatori.

Non può nemmeno venir trascurata la sempre maggiore attenzione rivolta dalle istituzioni piemontesi alle iniziative e attività di carattere didattico sviluppate all'interno dei musei e degli spazi espositivi; così pure la realizzazione di interventi volti a migliorare la fruibilità delle collezioni e dei beni culturali da parte del pubblico, quale la realizzazione di nuovi percorsi e allestimenti, orari di apertura più ampi, ecc.; infine lo sviluppo di una più efficace attività di comunicazione e promozione che nell'insieme hanno saputo intercettare un pubblico più ampio.

Accanto ai musei e alle sedi espositive tradizionali vi sono inoltre i circuiti culturali che, sviluppati soprattutto a partire dalla metà degli anni novanta, coerentemente con le politiche volte a incrementare il turismo culturale, sono finalizzati a promuovere oltre che i singoli beni anche il territorio di riferimento.

È dunque possibile pensare che gli elementi della "trasformazione" del panorama museale piemontese, e soprattutto dell'area metropolitana, a partire dalla seconda metà degli anni

¹ Fonte: Primo Rapporto Nomisma sull'applicazione della Legge Ronchey, Arezzo 12-15 maggio 2000.

² I dati si riferiscono a 421 beni monitorati nel 2000 e a 402 nel 1999. Fonte: SISTAN - Ufficio Statistiche del Ministero per i Beni e le Attività Culturali.

³ I beni statali piemontesi analizzati sono: Anfiteatro e Rovine di Libarna (Serravalle Scrivia, AL); Forte di Gavi (Gavi, AL); Abbazia di Vezzolano (Albugnano, AT); Area Archeologica di Bene Vagienna (Bene Vagienna, CN); Castello di Serralunga d'Alba (Serralunga d'Alba, CN); Castello e Parco del Castello di Racconigi (Racconigi, CN); Anfiteatro Romano di Ivrea (Ivrea, TO); Anfiteatro Romano e Area Archeologica (Susa, TO); Armeria Reale di Torino; Cappella della S. Sindone di Torino; Castello di Moncalieri (Moncalieri, TO); Castello Ducale e Parco del Castello di Agliè (Agliè, TO); Circuito Museografico "Galleria Sabauda - Museo delle Antichità Egizie" di Torino; Galleria Sabauda di Torino; Museo delle Antichità Egizie di Torino; Museo di Antichità di Torino; Palazzo Reale di Torino; Città Romana - Area Archeologica di Industria (Monteu da Po, TO).

⁴ Questa sperimentazione, iniziata nel 1996, ha coinvolto nel 2000 100 musei su tutto il territorio nazionale, promuovendo l'apertura domenicale e festiva (1° gennaio-30 aprile) e serale-estiva (1° giugno-30 settembre) delle sedi.

novanta (tappa di tutto ilievo è rappresentata dalla creazione del, Smm), proprio nel 2000 abbiano dato risultati significativi.

L'“effetto di sistema”, prodotto da un insieme di fattori che nel corso degli anni hanno contribuito alla crescita del numero di visitatori (per stare ai dati del solo Sistema Museale Metropolitano, pur tenendo presente che il numero dei musei monitorati dall'Osservatorio è aumentato nel corso degli anni, dal 1997 al 2000 si è registrata una crescita delle affluenze ai musei/sedi espositive pari al 74%), configura uno scenario più rassicurante di quanto non potrebbe garantire di per sé una successione di singoli eventi “forti”. Si può quindi prevedere una domanda museale sostenuta anche nei prossimi anni a fronte di un'offerta strutturalmente migliorata e ampliata nel tempo.

È altrettanto evidente che la continuazione di una politica museale di sistema potrebbe giovare significativamente della realizzazione di uno o più eventi di grande richiamo, a maggior ragione se frutto di una collaborazione fra più istituzioni museali.

Il potenziamento del sistema e la realizzazione di eventi di richiamo, unitamente al considerevole aumento dell'offerta legato al progetto “Residenze Reali”, permetterebbero a Torino e al Piemonte di collocarsi con un vantaggio competitivo all'interno di un trend di crescita manifestatosi anche nel panorama nazionale e internazionale.

Le visite ai musei e ai beni culturali: una tendenza in crescita solo in Piemonte?

È stimabile che l'offerta museale italiana includa 3.260 istituti, quasi la metà dei quali appartiene ai comuni (42,8%), mentre gli istituti statali rappresentano il 15,4% del totale¹. Il 2000 per i beni statali italiani è stato un anno positivo sia per quanto riguarda il numero di visitatori (+6% rispetto al 1999), sia per quanto riguarda gli introiti da vendita di biglietti (+11%)², che registrano un aumento maggiore rispetto alle visite grazie all'incremento dei visitatori paganti con biglietto intero e/o ridotto. Infatti l'incremento del costo medio d'ingresso nel quindicennio compreso tra il 1985 e il 1999 è stato del 45%, passando da 6.400 a 9.300 lire (dati Nomisma sulla base del costo della lira nel 1998).

Secondo i dati dell'Ufficio Statistiche del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, relativi all'anno 2000, nei 421 beni statali italiani monitorati le visite sono state complessivamente 30.175.293, per un introito da vendita di biglietti pari a 149.123.804.000 di lire. I beni analizzati comprendono musei, aree archeologiche, monumenti, beni ambientali e parchi storici, patrimonio storico-artistico-architettonico civile, militare e religioso.

Il Piemonte, con 20 beni e musei statali³, rappresenta il 3% dei biglietti e il 2% degli introiti complessivi dei beni statali italiani, attestandosi al settimo posto per visitatori (in numero di 753.376) e al sesto per quanto riguarda gli introiti nei musei statali, in una classifica che vede Lazio, Campania e Toscana ai primi posti non solo per quanto riguarda visitatori e incassi, ma anche per numero di beni e musei statali presenti.

L'andamento delle visite nei musei e beni culturali statali in Italia, nel corso del decennio 1990-2000, dopo la flessione che ha caratterizzato gli anni dal 1990 al 1993, è in crescita e registra l'incremento massimo di visite proprio nel 2000, con il 17% in più rispetto al 1990.

Scorporando le visite tra musei/gallerie e scavi/aree archeologiche, si nota come l'incremento sia dovuto alla crescita – molto forte già a partire dal 1994, in cui si ha più del raddoppio delle visite – delle affluenze ai musei e gallerie, pari, dal 1990 al 2000, all'87%, mentre per monumenti e scavi archeologici si evidenzia nel corso del decennio un calo delle visite del 16%.

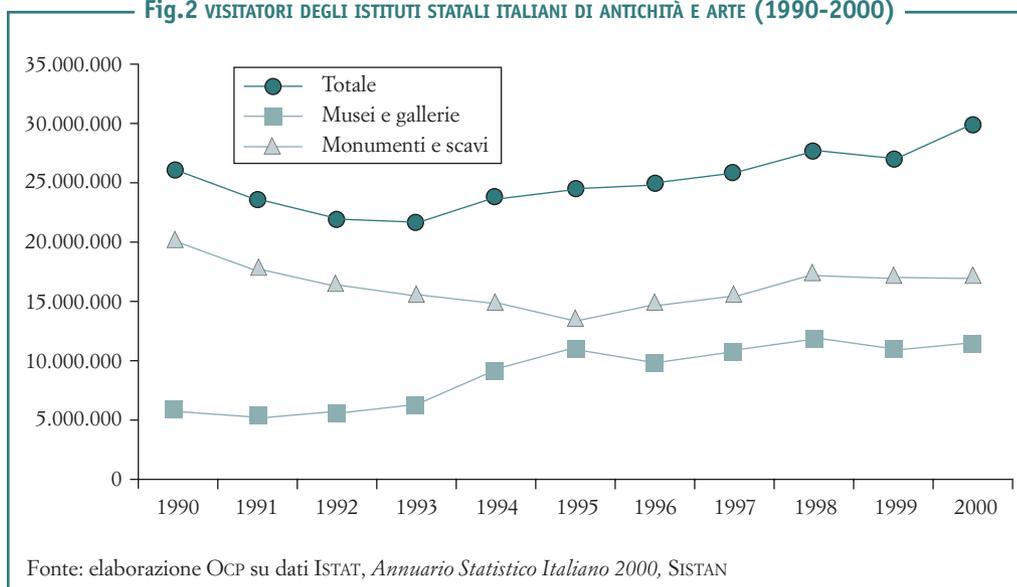
Per i musei statali italiani questo maggiore afflusso di pubblico vede tra i principali motivi la nuova apertura o la riapertura di sedi museali, il riallestimento di alcune collezioni museali, il prolungamento degli orari di apertura (“L'arte migliora i tempi”⁴), il successo di

Tab.1 VISITATORI E INTROITI DEI MUSEI STATALI (2000)

| REGIONE | N° BENI | VISITATORI | | | TOTALE | INTROITI (LIRE) |
|-----------------------|---------|------------|-----------|------------|------------|-----------------|
| | | PAGANTI | RIDOTTI | GRATUITI | | |
| Abruzzo | 11 | 46.205 | 7.124 | 108.396 | 161.725 | 325.537.000 |
| Basilicata | 11 | 25.532 | 4.890 | 214.495 | 244.917 | 139.375.000 |
| Calabria | 20 | 87.673 | 10.027 | 280.876 | 378.576 | 624.646.000 |
| Campania | 53 | 3.091.471 | 216.360 | 2.834.353 | 6.142.184 | 38.376.147.500 |
| Emilia-Romagna | 33 | 326.313 | 31.294 | 523.426 | 881.033 | 1.881.765.000 |
| Friuli-Venezia Giulia | 11 | 158.608 | 14.818 | 2.051.506 | 2.224.932 | 1.283.730.000 |
| Lazio | 98 | 4.488.573 | 262.315 | 5.053.778 | 9.804.666 | 44.884.519.500 |
| Liguria | 8 | 39.232 | 3.189 | 59.133 | 101.554 | 247.438.000 |
| Lombardia | 12 | 711.937 | 53.752 | 446.181 | 1.211.870 | 7.272.149.000 |
| Marche | 15 | 206.312 | 26.778 | 253.881 | 486.971 | 1.693.830.000 |
| Molise | 7 | 10.121 | 1.192 | 41.283 | 52.596 | 42.292.000 |
| Piemonte | 20 | 285.190 | 49.387 | 419.299 | 753.876 | 3.140.618.000 |
| Puglia | 20 | 106.360 | 34.459 | 229.275 | 370.094 | 623.668.000 |
| Sardegna | 11 | 122.415 | 12.416 | 230.899 | 365.730 | 540.432.500 |
| Toscana | 65 | 4.146.435 | 319.480 | 1.521.982 | 5.987.897 | 42.657.803.000 |
| Trentino-Alto Adige | 1 | 0 | 0 | 526 | 526 | 0 |
| Umbria | 11 | 108.353 | 13.811 | 182.123 | 304.287 | 744.318.000 |
| Veneto | 14 | 440.861 | 24.890 | 236.108 | 701.859 | 4.645.535.000 |
| Italia | 421 | 14.401.591 | 1.086.182 | 14.687.520 | 30.175.293 | 149.123.804.000 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SISTAN - Ufficio Statistiche del Ministero per i Beni e le Attività Culturali

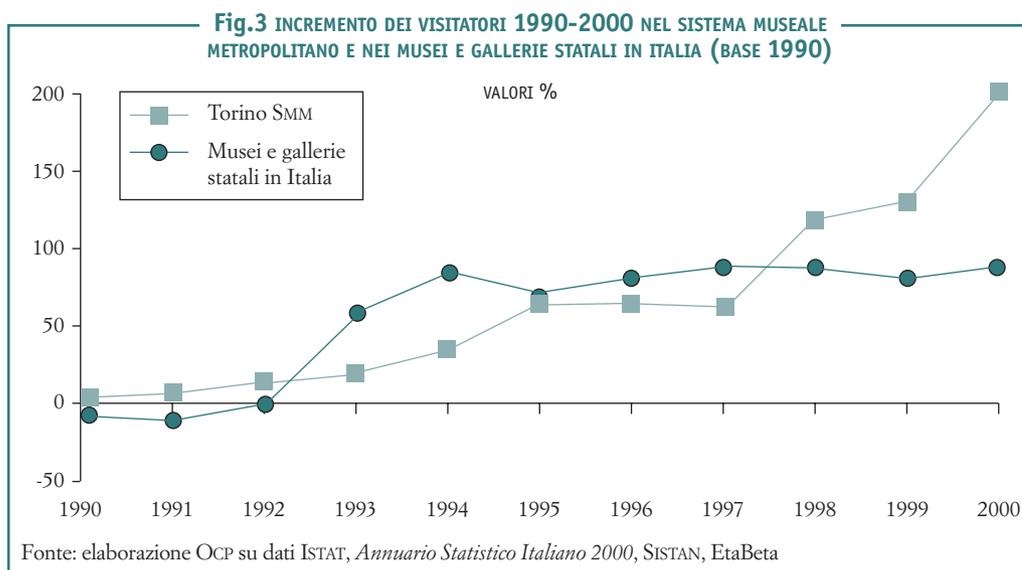
Fig.2 VISITATORI DEGLI ISTITUTI STATALI ITALIANI DI ANTICHITÀ E ARTE (1990-2000)



alcune iniziative di promozione (tra le quali “Bambini al museo”), ma anche – soprattutto per il Lazio – l’incremento dovuto al turismo religioso nell’anno giubilare. Nel Lazio si rileva, nei soli musei statali, un aumento di visitatori pari a oltre 1.300.000 rispetto all’anno precedente.

Un confronto Piemonte-Italia nel decennio 1990-2000

Dal confronto fra l'andamento delle visite nel decennio 1990-2000 nel Sistema Museale Metropolitano, e musei e gallerie statali italiani⁵ si evidenzia un andamento delle affluenze di visitatori molto simile, almeno sino al 1998. A partire dal 1998 il Sistema Museale Metropolitano evidenzia invece un incremento nettamente superiore rispetto a quello delle visite nei musei e gallerie statali. Se si prende in considerazione l'arco temporale 1990-2000, l'incremento complessivo delle affluenze nei musei e gallerie statali è pari all'87%, mentre per il Sistema l'aumento nello stesso periodo raggiunge quasi il 200%.



Uno sguardo oltre confine

In attesa di un confronto puntuale e sistematico con altre realtà, che verrà affrontato nella Relazione dell'anno prossimo, si possono citare due esempi significativi che evidenziano, come per l'Italia, un andamento positivo dell'affluenza nei musei.

Analizzando i dati relativi alle affluenze dei visitatori nei soli musei (non sono ad oggi disponibili dati confrontabili sulle visite a beni e monumenti storici) si rileva come in Francia, nel 1998, nelle 33 strutture statali si sia registrato un incremento di visite pari all'11,74% rispetto all'anno precedente; il solo Louvre ha avuto oltre 1.000.000 di visitatori in più rispetto al 1997.

Per la città di Barcellona, che rappresenta un utile confronto con un'altra area metropolitana, il trend positivo delle visite nei musei è iniziato nel 1999; nel 1998 le affluenze erano diminuite dello 0,89% rispetto al 1997 nelle istituzioni civiche e private, ma il 1999 ha visto un incremento delle affluenze pari al 7,12% rispetto all'anno precedente, non contando il 1.300.000 visitatori in più dovuto all'apertura dello spazio museale della Pedrera⁶. Gli oltre 7.000.000 di visitatori del 1999 si suddividono in diverse classi di musei per capacità di attrazione: poco più di 3.500.000 visitatori si distribuiscono tra la Pedrera (la famosa casa di Gaudì, che ha aperto al pubblico anche gli alloggi interni, è il sito più visitato), il museo del Futbol Club Barcelona e il Museu Picasso. Altri sette musei tutti al di sopra delle 200.000 visite annue si dividono poco più di 2.000.000 di visitatori; seguono il Museo Marittimo e il

⁵ Ad esclusione quindi di monumenti e scavi.

⁶ Fonte: Institut de Cultura de Barcelona. Memoria 1999.

Museo Militare al di sopra delle 100.000 unità, e altri ben 24 musei tutti al di sotto delle 100.000 visite che complessivamente fanno registrare poco più di 1.100.000 ingressi.

La grande diversificazione delle tipologie museali, nonché la diversa dimensione e l'organizzazione in rete dei musei (anche Barcellona ha istituito forme di abbonamento e carta musei sebbene non facilmente paragonabili alle iniziative torinesi) appaiono elementi di forza per la strutturazione in sistema dell'offerta museale e per la capacità di captazione degli enormi flussi turistici che interessano la città.

I visitatori dei musei e beni culturali piemontesi nel 2000

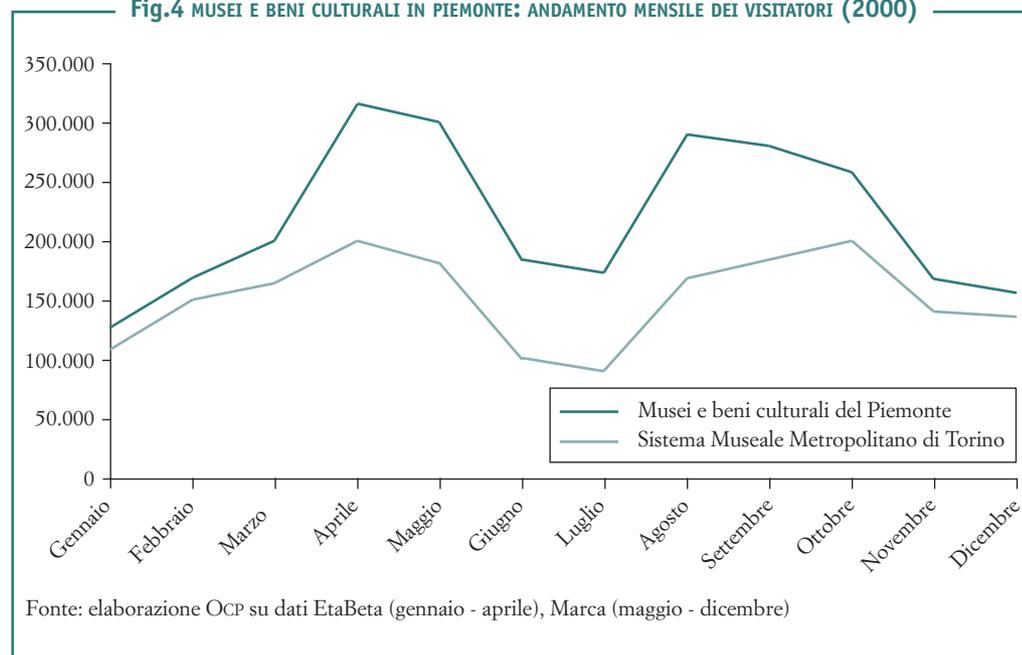
Nel 2000 l'attività di monitoraggio delle affluenze nei musei e beni culturali piemontesi ha riguardato 79 musei/beni di tutte le province⁷, con l'introduzione del Museo Nazionale del Cinema, del Museo di Arti Decorative - Fondazione Pietro Accorsi, di Palazzo Cavour e della Biblioteca Reale a Torino, dell'Abbazia di Vezzolano (ad Albugnano, in provincia di Asti), del Forte di Exilles (ad Exilles, in provincia di Torino) e del Museo Faraggiana Ferrandi di Novara nei territori provinciali.

L'insieme delle strutture monitorate comprende musei, edifici civili, religiosi e militari, beni paesaggistici, sedi espositive⁸. Si tratta di un panorama composito, non solo per la tipologia ma anche per le modalità di apertura e d'ingresso; soprattutto le strutture situate fuori dell'area metropolitana torinese sono caratterizzate da aperture stagionali o parziali, a volte solo su prenotazione; altre volte ancora i dati di affluenza sono il frutto di stime degli organizzatori locali, non essendo previsto lo sbigliettamento.

Complessivamente, nei beni monitorati in tutta la regione sono affluiti 2.638.507 visitatori, il 68% dei quali nell'area metropolitana di Torino.

Confrontando i dati di affluenza dei visitatori nel 2000 e nel 1999, l'anno trascorso è caratterizzato da un aumento del 4,35% relativamente al Sistema Museale Metropolitano che esclu-

Fig.4 MUSEI E BENI CULTURALI IN PIEMONTE: ANDAMENTO MENSILE DEI VISITATORI (2000)



⁷ 30 sono i beni monitorati facenti parte del Sistema Museale Metropolitano di Torino, che comprende anche il circuito delle Residenze Sabaude, al quale afferiscono anche Agliè (To) e Racconigi (Cn); 49 i beni monitorati nel resto della regione.

⁸ Nel 2000 il monitoraggio delle affluenze è stato curato per il periodo gennaio-aprile dalla cooperativa EtaBeta e per i restanti mesi dalla cooperativa Marca.

de però – per ragioni di confrontabilità rispetto al 1999 – il Museo Nazionale del Cinema⁹ (che dalla sua apertura ha fatto registrare 211.717 visitatori), il Museo delle Arti Decorative - Fondazione Pietro Accorsi, Palazzo Cavour e la Biblioteca Reale. Se si tiene conto delle nuove aperture la percentuale di incremento per il Sistema Museale Metropolitano raggiunge il 26%. Similmente, l'area regionale extra metropolitana, conteggiando anche i 50.000 visitatori del Forte di Exilles dalla sua apertura nel luglio 2000, mostra un incremento del 3% rispetto al 1999⁹.

Le visite in Piemonte hanno assunto nel 2000 un andamento sinusoidale: si registrano le massime affluenze nei mesi di aprile e maggio e nel periodo di agosto-ottobre, con una dinamica simile anche nel Sistema Museale Metropolitano di Torino. Se però nei mesi freddi (da ottobre a marzo) il Sistema assorbe oltre il 75% delle visite sull'intero territorio piemontese, con l'incidenza massima nei mesi di gennaio e dicembre, a luglio le altre aree della regione rappresentano il 51% del totale degli ingressi nei musei e beni culturali piemontesi monitorati. Rispetto agli anni precedenti, non si registrano picchi concentrati in un solo mese, come avvenne per il maggio 1998 in occasione dell'Ostensione della Sindone o nell'ottobre del 1999 per la mostra su "I Trionfi del Barocco" alla Palazzina di Caccia di Stupinigi, ma è rilevabile un aumento complessivo e distribuito delle visite, che ha avuto come eventi trainanti l'Ostensione della Sindone (22 agosto-24 ottobre, ma con un afflusso e un impatto sui musei nettamente inferiore rispetto al 1998) e l'apertura del Museo Nazionale del Cinema a Torino, mentre l'anno giubilare non sembra aver inciso significativamente sui flussi museali locali.

Sistema Museale Metropolitano di Torino (1998-2000)

L'attività di monitoraggio dei musei e dei beni culturali nel Sistema Museale Metropolitano per il 2000 ha riguardato 30 strutture, quattro in più dello scorso anno. Il Sistema Museale Metropolitano di Torino, nel quale è compreso il circuito delle residenze sabaude localizzate anche fuori dall'area metropolitana, ha visto complessivamente un'affluenza di pubblico pari a 1.784.772 visitatori. Si tratta del più alto numero di visite registrate nel torinese dal 1951 ad oggi e conferma il trend di crescita costante già rilevato negli scorsi anni. Nei 22 musei dei quali sono disponibili i dati di affluenza relativi agli ultimi tre anni, i visitatori sono aumentati rispetto al 1999 dell'1,08% (circa 15.000 unità) e del 5,82% rispetto al 1998 (quasi 77.000 unità).

Il picco di visitatori del 2000 può essere spiegato da un mix di fattori che ha caratterizzato tutto il corso dell'anno: non c'è stato un evento in particolare che abbia trainato l'incremento complessivo delle visite al Sistema come era accaduto nel 1998 e nel 1999.

In sintesi, all'ottimo risultato del 2000 concorrono:

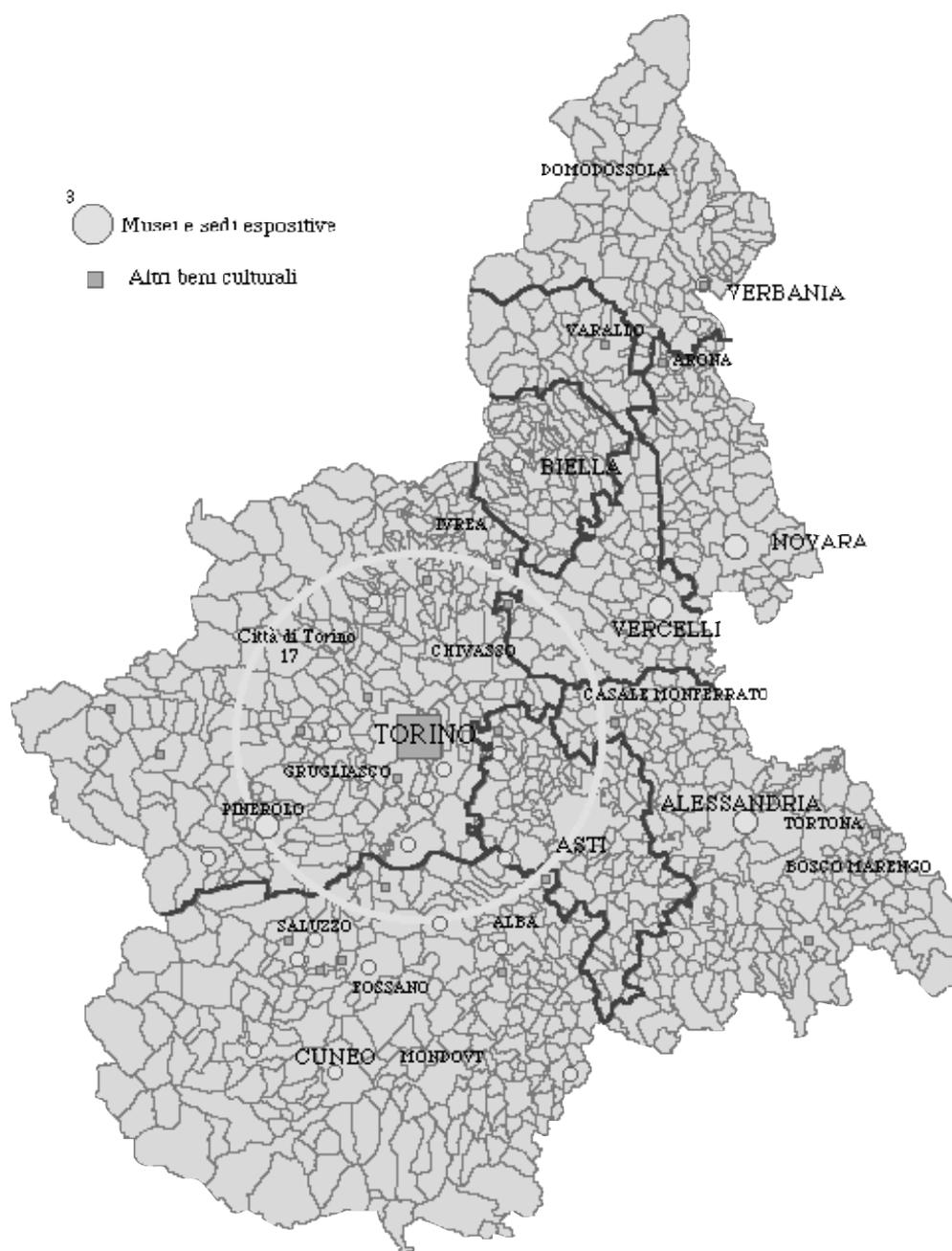
- L'apertura di nuove strutture: il Museo Nazionale del Cinema innanzitutto, che in poco più di cinque mesi supera le 200.000 presenze con una media superiore alle 1.350 visite giornaliere¹⁰, collocandosi alle spalle del Museo Egizio; nuove aperture sono anche quelle del Museo delle Arti Decorative - Fondazione Accorsi e della sede espositiva di Palazzo Cavour¹¹.
- L'Ostensione della Sindone (agosto-ottobre), che pur non avendo fatto registrare i picchi del 1998 e i conseguenti impatti sul pubblico museale, ha prodotto un incremento delle visite soprattutto nei musei del centro cittadino.
- Il forte contributo di alcune mostre di successo tenutesi in diverse realtà museali ed espositive, tra le quali emergono le mostre organizzate a Palazzo Bricherasio ("Botero", la mostra più visitata dell'anno, e "La Regina di Saba. Arte e leggenda dallo Yemen"), al Castello di Rivoli ("Quotidiana") e alla GAM ("Paul Klee").
- Il prolungamento dell'orario di apertura dei musei statali e altre iniziative di apertura straordinaria.

⁹ Il Museo Nazionale del Cinema è stato inaugurato il 19 luglio e aperto al pubblico il 20 luglio 2000.

¹⁰ Il dato comprende anche la visita con ascensore panoramico.

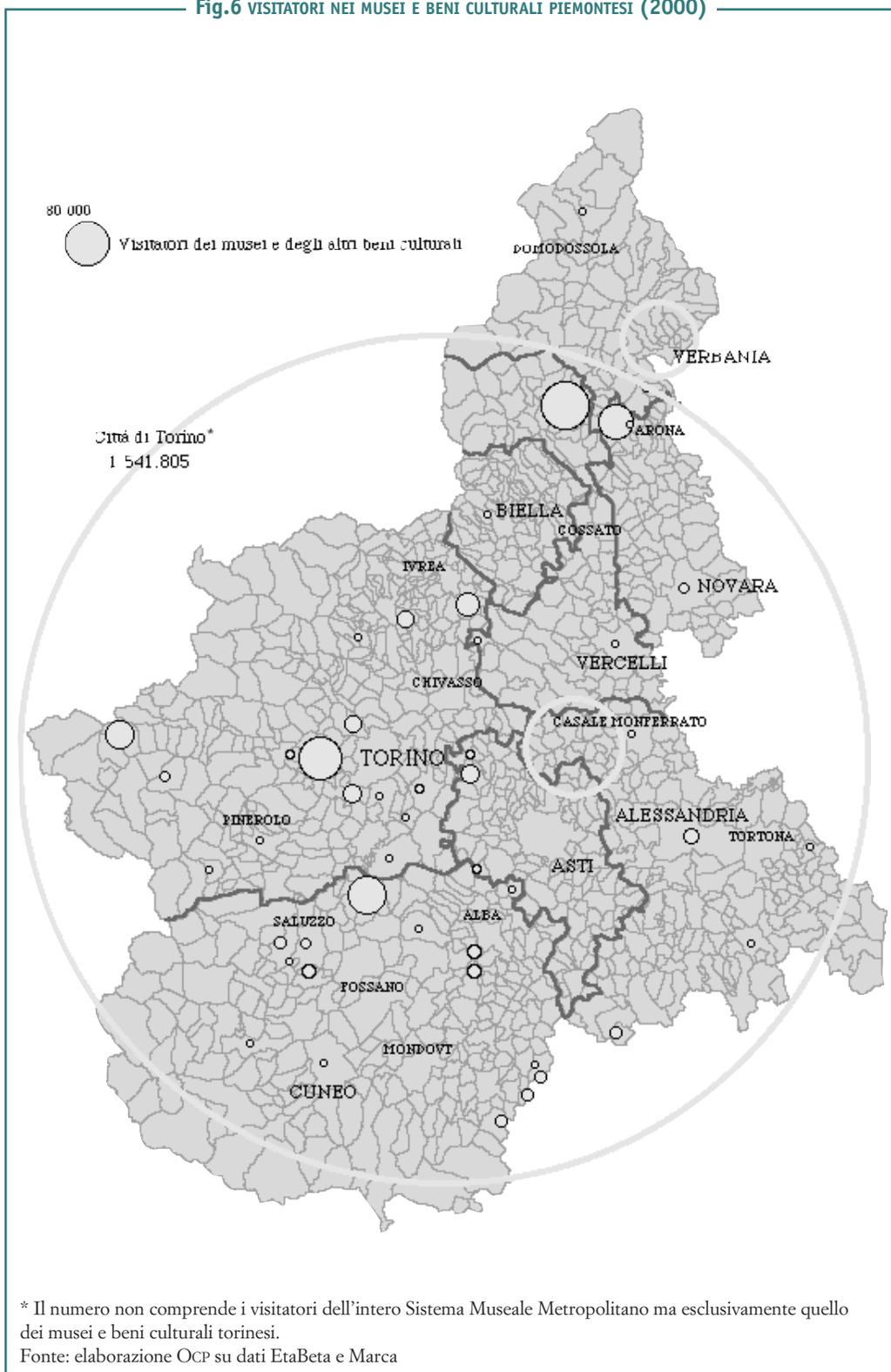
¹¹ Alla fine del 1999 sono stati inaugurati Palazzo Cavour (2 dicembre) e Palazzo Accorsi (4 dicembre).

Fig.5 MUSEI E BENI CULTURALI MONITORATI DALL'OCP: LOCALIZZAZIONE E NUMERO (2000)



Fonte: elaborazione OCP su dati EtaBeta e Marca

Fig.6 VISITATORI NEI MUSEI E BENI CULTURALI PIEMONTESI (2000)



- Il dinamismo diffuso delle sedi museali che con le proprie politiche espositive e promozionali sembrano in grado di rispondere efficacemente alle esigenze del pubblico.
- Gli effetti sulle affluenze nei musei della promozione di Torino come città d'arte e cultura, i cui risultati possono essere evidenziati anche dall'incremento delle vendite della Carta Musei.

Il museo maggiormente visitato nel 2000 a Torino è stato l'Egizio, con oltre 365.000 presenze e un incremento di quasi il 16% rispetto all'anno precedente, seguito dal Museo Nazionale del Cinema, con 211.717 visitatori, malgrado un periodo limitato di apertura (è stato inaugurato solo a fine luglio¹²).

Con poche eccezioni, tutti i musei del Sistema hanno avuto un anno positivo o hanno registrato solo lievi decrementi di pubblico rispetto al 1999. I primi sei mesi dell'anno sono stati più che positivi per la maggior parte delle sedi museali monitorate.

Le affluenze complessive nel primo trimestre del 2000 (gennaio-marzo) sono state 393.138 nei 28 musei monitorati; confrontando il dato dei 24 musei comparabili rispetto al 1999 l'aumento dei visitatori supera il 27%. È stato un periodo caratterizzato da molte iniziative che hanno coinvolto quasi tutti i musei cittadini: dalla "Domenica del pedone", durante la quale si entrava gratuitamente in tutti i musei civici (sono infatti incrementati rispetto allo scorso anno le affluenze al Museo Civico di Numismatica, al Museo Civico Pietro Micca, al Borgo e Rocca Medioevali, alla Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea), alla "Settimana dei Beni Culturali" (27 marzo-2 aprile), che prevedeva sempre l'accesso gratuito nei musei statali, alle mostre che si sono svolte in molte strutture.

L'arte contemporanea sembra riuscire a conquistare un pubblico sempre più attento a Torino: la GAM è stato il museo con il maggior incremento di pubblico rispetto allo scorso anno (oltre 17.000 presenze in più), nel periodo coincidente con la mostra "Hans Hartung"; tra febbraio e maggio si sono registrati al Castello di Rivoli - Museo d'Arte Contemporanea, durante l'esposizione "Quotidiana", oltre 41.000 visitatori. Notevole successo ha avuto nei primi mesi dell'anno l'allestimento, tenutosi a Palazzo Cavour, "Da Segantini a Balla", che ha totalizzato circa 33.000 ingressi. Molto positivi nello stesso periodo i risultati del Museo Regionale di Scienze Naturali¹³, aperto in occasione della mostra "I due volti del sapere" (complessivamente oltre 21.000 biglietti), e del Museo Egizio.

Il secondo trimestre (aprile-giugno) è stato il più positivo dell'anno se si confrontano i dati con quelli del 1999. Anche in questo periodo l'incremento dei visitatori è imputabile in gran parte all'attività espositiva temporanea dei musei. Palazzo Bricherasio ha registrato quasi 92.000 presenze, 50.000 in più rispetto al 1999, con la mostra "Botero", la più visitata dell'anno a Torino. Gli aumenti di pubblico hanno però coinvolto anche la GAM, dove si teneva la mostra "Giorgio Morandi" (circa 31.000 ingressi al museo nel periodo della mostra, 14.000 più dello scorso anno) e la Fondazione Italiana per la Fotografia - Museo della Fotografia Storica e Contemporanea.

Il terzo trimestre (luglio-settembre) è stato caratterizzato dall'apertura del Museo Nazionale del Cinema presso la Mole Antonelliana e dai primi mesi di Ostensione della Sindone. Complessivamente nelle 30 strutture monitorate dall'OCP sono confluiti oltre 430.000 visitatori, un quarto dei quali ha visitato il Museo Nazionale del Cinema.

L'elemento più positivo da sottolineare è che si assiste ad una espansione della domanda nutrita dalle nuove aperture e dalle proposte espositive: gli elementi di novità, l'apertura del Museo Nazionale del Cinema, ma anche le diverse mostre non sottraggono pubblico alle altre istituzioni, ma incrementano sensibilmente il volume delle visite. È una dinamica relativamente recente, almeno in questi ordini di grandezza: fino al 1998 l'aumento dell'offerta museale non si è tradotto in un altrettanto forte aumento della domanda. I visitatori complessivi dell'intero sistema museale apparivano relativamente stabili, con la dinamica di incremento forte di alcuni musei bilanciata da minori affluenze in altre sedi.

I trend di crescita del numero di visitatori risultano invece chiari e soprattutto diffusi negli

¹² Il dato sui visitatori comprende sia gli ingressi al Museo sia quelli al solo ascensore panoramico. Si segnala che, a partire dal 24 ottobre, le affluenze all'ascensore sono state 19.935, pari al 9% del totale complessivo degli ingressi sopra riportato.

¹³ L'attività espositiva 2000 del Museo Regionale di Scienze Naturali ha riguardato 11 mesi, permettendo al Museo di mantenere una continuità d'apertura per quasi tutto l'anno. Da novembre 2000 il Museo resta aperto per la presenza di due mostre permanenti allestite con pezzi provenienti dalle sue collezioni.

ultimi due anni: eliminando dal conteggio le visite al Museo Nazionale del Cinema e alla Palazzina di Caccia Stupinigi, dove lo scorso anno in questo periodo si svolgeva la mostra "I Trionfi del Barocco", nel terzo trimestre si è rilevato un incremento di visitatori in molti musei del centro (al Museo di Antichità dove aveva luogo la mostra "Il Carro di Afrodite", al Museo Egizio, alla Galleria Sabauda, a Palazzo Reale, con l'apertura della Tribuna Reale, all'Armeria Reale, al Museo della Sindone). Si tratta delle stesse sedi che nel 1998, durante la precedente Ostensione della Sindone, avevano avuto le più alte percentuali di visite. I musei statali sono stati inoltre coinvolti nell'iniziativa "L'Arte migliora i tempi", che prevedeva l'apertura serale prolungata delle sedi museali dal 1° giugno al 30 settembre.

Gli incrementi hanno riguardato anche la GAM, la Fondazione Italiana per la Fotografia, il Museo Nazionale della Montagna. È da sottolineare inoltre che un'altra iniziativa d'ingresso gratuito nei musei il giorno di ferragosto ha riguardato tutti i musei cittadini.

Anche per quanto concerne il quarto trimestre (ottobre-dicembre) il decremento delle visite sui musei confrontabili con lo scorso anno si annulla qualora non si tenga conto nel conteggio della Palazzina di Caccia Stupinigi, che proprio a ottobre 1999 aveva avuto il picco massimo di visite durante la mostra sul Barocco. La fine dell'anno torinese ha visto nella mostra, tenutasi a Palazzo Bricherasio, "La Regina di Saba. Arte e leggenda dallo Yemen" (complessivamente 49.000 biglietti) l'evento di maggior richiamo. Palazzo Bricherasio registra in questo trimestre 28.000 presenze in più rispetto a quelle dell'anno precedente. Anche il Museo Egizio, probabilmente grazie agli ultimi giorni di afflussi di pellegrini per la Sindone e alla mostra "Dalla natura all'Arte"¹⁴, diretta prevalentemente al pubblico scolastico, ha avuto un incremento di visite di 14.500 unità. Una sostanziale flessione rispetto al periodo corrispondente dell'anno precedente si rileva invece alla GAM, proprio in funzione dell'attività espositiva: la mostra "Paul Klee", pur essendo tra le più visitate dell'anno, non ha eguagliato il grande successo di quella su Pellizza da Volpedo dell'anno precedente.

I numeri di quest'anno relativi ai musei evidenziano un sistema costituito dai due grandi poli di attrazione (il Museo Egizio e il Museo Nazionale del Cinema), da tre strutture in grado di attrarre più di 100.000 persone (Palazzo Bricherasio, che con le mostre di successo organizzate quest'anno diventa il terzo polo museale-espositivo più visitato, raddoppiando quasi le presenze del 1999, la GAM e Palazzo Reale), e da una serie di strutture che stanno acquisendo di anno in anno più notorietà tra il pubblico cittadino e più visitatori (i dati sulle vendite dell'Abbonamento Musei confermano questo trend).

Dall'analisi dei dati relativi ai musei localizzati nell'area centrale di Torino, vicini alla Mole Antonelliana e al Duomo, più condizionati rispetto agli altri dai flussi turistici in città e dagli eventi di richiamo, emerge il Museo Nazionale del Cinema, con i suoi 40.000 visitatori mensili. I musei centrali in genere sembrano aver raccolto alcuni effetti positivi indotti dall'Ostensione della Sindone: nonostante non siano stati raggiunti i risultati della precedente manifestazione, quasi tutte le sedi analizzate hanno avuto incrementi di pubblico nel periodo di agosto-ottobre.

Un discorso a parte merita il Museo delle Arti Decorative - Fondazione Accorsi che fa registrare picchi di visite nei primi e negli ultimi mesi dell'anno, al di fuori cioè dei periodi tradizionalmente turistici o di turismo scolastico.

Dati positivi emergono anche per il Museo della Sindone che, grazie all'attività di promozione, alla notorietà acquisita durante l'Ostensione del 1998 e all'inserimento nei circuiti del Giubileo, ha incrementato notevolmente il proprio pubblico, non solo tra agosto e ottobre, ma anche nella prima parte dell'anno.

Risulta rilevante l'incremento di pubblico della Fondazione Italiana per la Fotografia - Museo della Fotografia Storica e Contemporanea (passato nel 2000 a quasi 15.000 visitatori, registrando un aumento costante in tutti i periodi dell'anno).

Spostando l'attenzione all'area metropolitana di Torino, alle Residenze Sabaude e ai castelli, si rileva una diminuzione complessiva di visitatori, concentrata però solo in alcuni benimusei.

¹⁴ La mostra, di durata annuale, va dal 1° giugno 2000 al 1° giugno 2001.

Tab.2 SISTEMA MUSEALE METROPOLITANO: VISITATORI (1998-2000)

| COMUNE | MUSEI E BENI CULTURALI | 1998 | 1999 | 2000 | VARIAZIONE % | | |
|-------------------------------------|--|---------|-----------|-----------|--------------|-----------|------|
| | | | | | 1998-1999 | 1999-2000 | |
| Torino | GAM | 98.212 | 110.780 | 130.088 | 12,80 | 17,43 | |
| Torino | Museo Civico di Numismatica | 2.147 | 1.517 | 1.416 | -29,34 | -6,66 | |
| Torino | Museo Civico Pietro Micca | 20.302 | 22.769 | 24.040 | 12,15 | 5,58 | |
| Torino | Museo Civico di Palazzo Reale | 116.141 | 99.165 | 123.304 | -14,62 | 24,34 | |
| Torino | Armeria Reale ¹ | 23.620 | 20.179 | 39.374 | -14,57 | 95,12 | |
| Torino | Museo di Antichità | 17.888 | 17.566 | 23.093 | -1,80 | 31,46 | |
| Torino | Museo del Risorgimento | 66.760 | 51.572 | 45.251 | -22,75 | -12,26 | |
| Torino | Museo Egizio | 432.305 | 315.205 | 365.123 | -27,09 | 15,84 | |
| Torino | Galleria Sabauda | 38.535 | 39.503 | 50.681 | 2,51 | 28,30 | |
| Torino | Palazzo Bricherasio ² | 33.344 | 76.121 | 147.326 | 128,29 | 93,54 | |
| Torino | Palazzo Barolo | 13.373 | 22.541 | 21.522 | 68,56 | -4,52 | |
| Torino | Museo Nazionale della Montagna | 45.324 | 37.802 | 41.563 | -16,60 | 9,95 | |
| Torino | Museo Nazionale dell'Automobile | 57.108 | 47.632 | 45.381 | -16,59 | -4,73 | |
| Venaria (To) | Reggia di Venaria Reale | 37.568 | 35.645 | 27.722 | -5,12 | -22,23 | |
| Rivoli (To) | Castello di Rivoli | 60.753 | 57.010 | 79.059 | -6,16 | 38,68 | |
| Stupinigi (To) | Palazzina di Caccia di Stupinigi ³ | 78.258 | 224.685 | 32.607 | 187,11 | -85,49 | |
| Agliè (Cn) | Castello Ducale di Agliè | 21.929 | 17.755 | 29.027 | -19,03 | 63,49 | |
| Racconigi | Castello Reale di Racconigi | 82.029 | 65.273 | 70.670 | -20,43 | 8,27 | |
| Torino | Museo Regionale di Scienze Naturali ⁴ | 5.163 | 50.708 | 39.273 | 882,14 | -22,55 | |
| Torino | Borgo e Rocca Medievali | 54.259 | 53.066 | 51.328 | -2,20 | -3,28 | |
| Torino | Pinacoteca Albertina ⁵ | 4.178 | 3.607 | 2.961 | -13,67 | -17,91 | |
| Moncalieri (To) | Castello Reale di Moncalieri | 9.218 | 10.060 | 4.282 | 9,13 | -57,44 | |
| <i>Totale musei monitorati 1998</i> | | 22 | 1.318.414 | 1.380.161 | 1.395.091 | 4,68 | 1,08 |
| Torino | Museo della Sindone | - | 1.317 | 28.526 | - | 2065,98 | |
| Torino | Museo Nazionale dell'Artiglieria ⁶ | - | 2.483 | 3.441 | - | 38,58 | |
| Torino | Fondazione Italiana per la Fotografia ⁷ | - | 2.808 | 14.866 | - | 429,42 | |
| Torino | R come... ⁸ | - | 25.065 | 31.353 | - | 25,09 | |
| <i>Totale musei monitorati 1999</i> | | 26 | 1.411.834 | 1.473.277 | - | 4,35 | |
| Torino | Museo Nazionale del Cinema ⁹ | - | - | 211.717 | - | - | |
| Torino | Fondazione Accorsi | - | - | 31.936 | - | - | |
| Torino | Palazzo Cavour ¹⁰ | - | - | 58.139 | - | - | |
| Torino | Biblioteca Reale | - | - | 9.703 | - | - | |
| <i>Totale musei monitorati 2000</i> | | 30 | 1.318.414 | 1.411.834 | 1.784.772 | - | - |

¹ L'Armeria Reale è rimasta chiusa nel mese di marzo 1998.

² Il dato di Palazzo Bricherasio di luglio è relativo alla mostra "Grand Tour. Le collezioni di fotografia nei musei di Francia" organizzata dalla Fondazione Italiana per la Fotografia, la quale ha totalizzato 1.257 visitatori dal 23 giugno 2000 al 23 luglio 2000. Poiché non è possibile disaggregare le affluenze alla mostra su base giornaliera, il dato comprende oltre alle affluenze di luglio, anche quelle degli otto giorni di giugno. La Fondazione Palazzo Bricherasio è inoltre rimasta chiusa nel mese di agosto 2000.

³ Nel 1999 la Palazzina di Caccia di Stupinigi è rimasta chiusa nel mese di giugno per l'allestimento della mostra "I Trionfi del Barocco". Dopo la conclusione dell'evento espositivo, la Palazzina è rimasta chiusa dal dicembre 1999 al 30 maggio 2000.

⁴ Nel 1998 il monitoraggio dei visitatori al Museo Regionale di Scienze Naturali è iniziato a partire dal mese di ottobre. Nel 1999 è rimasto chiuso a gennaio e nel 2000 ad aprile.

⁵ Non sono state rilevate le affluenze di luglio 2000.

⁶ Nel 1999 il monitoraggio del Museo Nazionale dell'Artiglieria è iniziato nel mese di maggio. Il Museo è rimasto chiuso dal luglio 1999 ad aprile 2000.

⁷ Nel 1999 il monitoraggio della Fondazione Italiana per la Fotografia - Museo della Fotografia Storica e Contemporanea, è iniziato nel mese di aprile. Il Museo è rimasto chiuso nel mese di agosto 1999 e nel mese di agosto 2000.

⁸ La mostra "R come...conoscere e giocare con i rifiuti" è rimasta chiusa nell'agosto 1999 e nell'agosto 2000. Nel 2000 in seguito all'alluvione è rimasta chiusa dall'ottobre 2000 al 29 gennaio 2001.

⁹ Il Museo Nazionale del Cinema è stato inaugurato il 19 luglio 2000 e aperto al pubblico il 20 luglio 2000. Il dato include le affluenze all'ascensore panoramico.

¹⁰ Nel 2000 Palazzo Cavour è rimasto chiuso ad agosto e a settembre.

Fonte: elaborazione OCP su dati EtaBeta (gennaio-aprile) e Marca (maggio-dicembre)

Per ciò che concerne le Residenze Sabaude, il Castello di Rivoli – con un incremento di visitatori di quasi il 40% rispetto al 1999 – sfiora quest'anno le 80.000 visite; anche il Castello di Racconigi, con oltre 70.000 presenze, incrementa i visitatori rispetto al 1999. Tre altre residenze sabaude sembrano assestarsi sulle 30.000 visite annue: la Palazzina di Caccia di Stupinigi, che ha chiaramente avuto una netta flessione delle visite rispetto all'anno della mostra sul Barocco, ma ha registrato un'affluenza dimezzata rispetto al 1998, anno in cui era stata molto favorita dall'afflusso di pellegrini in città; il Castello Ducale di Agliè, che acquisisce sempre più notorietà e visitatori (+11.000 biglietti rispetto al 1999) e la Reggia di Venaria, poco al di sotto delle 30.000 presenze¹⁵, si portano nel 2000 a -22%. Il Castello Reale di Moncalieri invece ha più che dimezzato i propri visitatori, facendo registrare poco meno di 5.000 visite nell'anno.

Ripartizione dei visitatori per titolo di ingresso nell'area metropolitana torinese

Il catalogo dei differenti titoli d'ingresso con i quali è possibile accedere ai musei diventa di anno in anno più variegato: l'estensione del circuito Abbonamenti e Carta Musei, l'introduzione di nuove forme di abbonamento quali Torino Card, l'introduzione del biglietto ridotto nei musei statali, la possibilità di acquistare biglietti multipli rendono sempre più complessa la ricomposizione in macro-categorie utilizzabili e confrontabili per tutti i musei.

Rispetto alle tre modalità principali (biglietto intero, ridotto e gratuito) nei 30 musei/beni culturali metropolitani è possibile fornire una ripartizione certa per 1.679.024 visite¹⁶. Complessivamente sono aumentate le emissioni di tutte e tre le tipologie di biglietto, ma in termini relativi il panorama risulta in parte modificato: i biglietti interi hanno costituito il 40% del totale (nel 1999 contavano il 39% e nel 1998 il 43%); i ridotti sono aumentati fino a raggiungere il 23% del totale (erano il 19% nel 1999 e il 17% l'anno precedente); gli ingressi gratuiti rappresentano il 37% del totale (42% nel 1999 e 40% nel 1998).

La distribuzione nell'anno non è stata costante. I biglietti interi hanno avuto il periodo di massima emissione da luglio a ottobre, con un picco nel mese di agosto (il 61% degli ingressi

**Tab.3 SISTEMA MUSEALE METROPOLITANO: ANDAMENTO MENSILE DEI VISITATORI
SECONDO IL TITOLO D'INGRESSO (2000)**

| MESE | N° MUSEI | INTERI | RIDOTTI | GRATUITI | TOTALE TITOLI D'INGRESSO | TOTALE INGRESSI COMPLESSIVI |
|---------------|----------|----------------|----------------|----------------|--------------------------------|-----------------------------------|
| Gennaio | 27 | 33.780 | 23.364 | 30.786 | 87.930 | 109.606 |
| Febbraio | 27 | 22.640 | 24.792 | 50.795 | 98.227 | 126.494 |
| Marzo | 27 | 35.518 | 44.248 | 70.749 | 150.515 | 157.038 |
| Aprile | 26 | 63.605 | 50.847 | 75.640 | 190.092 | 202.937 |
| Maggio | 29 | 50.234 | 49.630 | 72.932 | 172.796 | 181.724 |
| Giugno | 29 | 37.503 | 23.934 | 33.844 | 95.281 | 98.649 |
| Luglio | 28 | 43.397 | 12.238 | 26.689 | 82.324 | 86.811 |
| Agosto | 26 | 96.508 | 22.157 | 40.835 | 159.500 | 162.841 |
| Settembre | 29 | 88.348 | 28.041 | 61.050 | 177.439 | 182.744 |
| Ottobre | 30 | 96.339 | 41.907 | 56.785 | 195.031 | 199.870 |
| Novembre | 29 | 54.424 | 32.795 | 48.352 | 135.571 | 139.224 |
| Dicembre | 28 | 51.998 | 33.083 | 49.237 | 134.318 | 136.834 |
| Totale | | 674.294 | 387.036 | 617.694 | 1.679.024 | 1.784.772 |

Fonte: elaborazione OCP su dati EtaBeta (gennaio-aprile) e Marca (maggio-dicembre)

¹⁵ La flessione di pubblico, già registrata a cominciare dallo scorso anno, è determinata dalla compresenza dei diversi cantieri di restauro.

¹⁶ Dal conteggio è escluso circa il 6% dei biglietti, che non è stato possibile identificare come tipologia di ingresso.

del mese è avvenuto tramite biglietti interi), in coincidenza con l'Ostensione della Sindone e con i primi mesi di apertura del Museo Nazionale del Cinema. Gli ingressi gratuiti hanno avuto, come anche negli ultimi due anni, la loro punta massima nei primi cinque mesi dell'anno. I biglietti ridotti (categoria all'interno della quale è compresa la maggior parte delle forme di abbonamento) che fino allo scorso anno registravano un andamento altalenante legato a eventi di particolare richiamo, al periodo delle gite scolastiche e a quello festivo, nel 2000 si distribuiscono più omogeneamente nel corso dei mesi; è ipotizzabile che questo risultato sia riconducibile all'introduzione dei ridotti riservati ai giovani tra i 18 e i 25 anni d'età e agli insegnanti di scuole pubbliche nei musei statali.

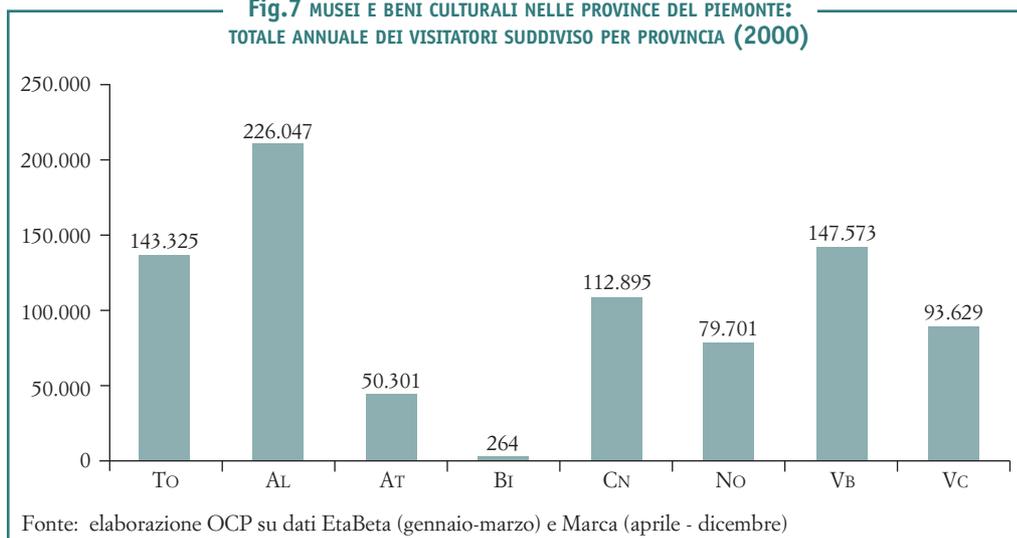
Musei e beni culturali delle altre province piemontesi (1998-2000)

Nei 49 musei/beni culturali monitorati nelle altre province dall'OCP – con l'esclusione del Sistema Museale Metropolitano di Torino – le visite sono state complessivamente 853.735, pari al 32,36% del totale regionale, poco meno della metà delle presenze registrate nel Sistema Museale Metropolitano. Se si contano i 50.000 visitatori del Forte (il museo è stato inaugurato nel 2000 e per questa ragione non compare nel confronto 1999-2000) il dato complessivo in regione rivela una crescita del 3,2% rispetto all'anno precedente. Si registra invece una lieve flessione del 3% rispetto al 1999, calcolata sui soli 46 beni confrontabili tra il 1999 e il 2000, ma che in realtà è ampiamente compensata dall'apertura del Forte di Exilles. Si osserva una dinamica almeno in parte contraddittoria, con incrementi e decrementi che si alternano, ma che danno luogo ad una situazione comunque di segno positivo: tra 1998 e 1999 si registravano in regione gli stessi afflussi di visitatori, nonostante l'Ostensione della Sindone del 1998, mentre nel 2000, considerando Exilles, si evidenzia un sensibile aumento.

La distribuzione mensile delle visite ha fatto registrare come l'anno scorso i picchi principali nei mesi di aprile, maggio e agosto, corrispondenti ai periodi di tradizionale afflusso delle scolaresche nei musei e al periodo festivo.

Complessivamente hanno avuto un incremento rispetto allo scorso anno, anche se limitato,

**Fig.7 MUSEI E BENI CULTURALI NELLE PROVINCE DEL PIEMONTE:
TOTALE ANNUALE DEI VISITATORI SUDDIVISO PER PROVINCIA (2000)**



Tab.4 MUSEI E BENI CULTURALI NELLE PROVINCE¹ DEL PIEMONTE: VISITATORI (1998-2000)

| COMUNE | MUSEI E BENI CULTURALI | MESI RILEVATI | | | VISITATORI | | | VARIAZIONE % | |
|---|--|-----------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------|--------------|
| | | 1998 | 1999 | 2000 | 1998 | 1999 | 2000 | 1998-1999 | 1999-2000 |
| TO Buttigliera | Abbazia di S. Antonio di Ranverso | 11 | 12 | 12 | 11.955 | 11.409 | 10.752 | -4,57 | -5,76 |
| Carmagnola | Museo di Storia Naturale | 11 | 1 ^b | 8 | 2.843 | 56 | 2.584 | - | - |
| Chieri | Museo Martini | 10 | 11 | 11 | 10.119 | 8.569 | 7.934 | -15,32 | -7,41 |
| Caravino | Castello di Masino | 11 | 11 | 11 | 51.222 | 43.388 | 41.471 | -15,29 | -4,42 |
| Pinerolo | Museo dell'Arma di Cavalleria | 12 | 11 | 7 ^b | 11.597 | 5.919 | 2.070 | -48,96 | - |
| Pinerolo | Museo d'Arte Preistorica ^f | | 12 | 12 | 3.590 | 4.264 | 3.036 | 18,77 | -28,80 |
| Rivara | Castello di Rivara | 9 ^c | 11 | 6 ^c | 718 | 505 | 220 | - | - |
| Santena | Museo Cavouriano - Castello Cavour Visconti Venosta ^e | 6 | 8 | 7 | 2.048 | 3.795 | 2.486 | 85,30 | -34,49 |
| Torre Pellice | Museo Storico Valdese | 11 | 11 | 12 | 6.160 | 6.274 | 6.883 | 1,85 | 9,71 |
| <i>Totale provincia di Torino⁹</i> | | - | - | - | 100.252 | 84.179 | 77.436 | -16,03 | -8,01 |
| AL Acqui Terme | Museo Civico Archeologico - Castello dei Paleologi | 10 | | | 2.013 | chiuso | chiuso | - | - |
| Casale Monferrato | Museo Civico | 12 | 12 | 12 | 3.647 | 8.436 | 4.866 | 131,31 | -42,32 |
| Crea | Sacro Monte | 12 | 12 | 12 | 195.169 | 164.574 | 185.360 | -15,68 | 12,63 |
| Spinetta Marengo | Museo della Battaglia di Marengo ^g | 6 | 12 | 12 | 1.220 | 6.304 | 13.974 | 416,72 | 121,67 |
| Volpedo | Studio Pellizza da Volpedo | 12 | 12 | 12 | 1.932 | 1.783 | 2.029 | -7,71 | 13,80 |
| <i>Totale provincia di Alessandria</i> | | 5 | - | - | 203.981 | 181.097 | 206.229 | -11,22 | 13,88 |
| AT Castelnuovo | | | | | | | | | |
| Don Bosco | Museo Missionario Colle Don Bosco | 11 ^c | 12 | 12 | 33.927 | 30.354 | 31.597 | -10,53 | 4,10 |
| Cisterna d'Asti | Museo Arti e Mestieri di un Tempo ^h | 5 | 11 | 12 | 2.294 | 3.504 | 8.154 | 52,75 | 132,71 |
| <i>Totale provincia di Asti</i> | | 2 | - | - | 36.221 | 33.858 | 39.751 | -6,52 | 17,41 |
| CN Bra | Museo Civico Craveri | 11 ^c | 12 | 12 | 3.309 | 2.576 | 2.110 | -22,15 | -18,09 |
| Cuneo | Museo Civico | 12 | 12 | 12 | 16.444 | 7.478 | 5.812 | -54,52 | -22,28 |
| Dronero | Museo Mallè | 10 | 8 | 11 | 462 | 135 | 495 | - | - |
| Govone | Castello Reale di Govone ^e | 7 | 5 ^c | 6 | 2.833 | 2.606 | 4.894 | -8,01 | 87,80 |
| Grinzane | Castello di Grinzane Cavour | 11 | 11 | 11 | 21.576 | 22.465 | 21.663 | 4,12 | -3,57 |
| Manta | Castello della Manta | 11 | 11 | 11 | 27.450 | 21.899 | 21.131 | -20,22 | -3,51 |
| Revello | Abbazia di Santa Maria di Staffarda | 11 ^c | 12 | 12 | 21.929 | 21.428 | 20.158 | -2,28 | -5,93 |
| Saliceto | Castello di Saliceto ^e | 2 | 7 | 6 | 993 | 1.161 | 625 | 16,92 | -46,17 |
| Saluzzo | Museo Civico Casa Cavassa | 12 | 12 | 12 | 13.595 | 13.624 | 14.390 | 0,21 | 5,62 |
| Savigliano | Museo Civico | 9 | 3 ^b | | 12.443 | 94 | chiuso | - | - |
| Serralunga d'Alba | Castello di Serralunga | 12 | 12 | 12 | 21.430 | 26.929 | 21.504 | 25,66 | -20,15 |
| <i>Totale provincia di Cuneo¹¹</i> | | - | - | - | 142.464 | 120.395 | 112.782 | -15,49 | -6,32 |
| NO Ameno | Museo Calderara ^e | 6 | 6 | 6 | 1.317 | 1.382 | 1.389 | 4,94 | 0,51 |
| Novara | Civiche Raccolte del Broletto | 12 | 12 | 12 | 2.951 | 2.758 | 4.040 | -6,54 | 46,48 |
| Orta S. Giulio | Sacro Monte ⁱ | 3 ^c | 12 | 12 | 23.950 | 59.715 | 61.845 | - | 3,57 |
| <i>Totale provincia di Novara</i> | | 3 | - | - | 28.218 | 63.855 | 67.274 | 126,29 | 5,35 |
| VB Crodo | Museo di Geologia, Mineralogia | 3 ^c | 7 ^c | 1 ^c | 447 | 198 | 16 | - | - |
| Gignese | Museo dell'Ombrello e del Parasole ^e | 2 ^c | 6 | 7 | 1.785 | 7.532 | 4.811 | - | -36,13 |
| Gurro | Museo Civico | 8 ^c | 12 | ^c | 391 | 622 | | - | - |
| Pallanza | Giardini di Villa Taranto ^j | | 7 | 7 | 160.000 | 171.400 | 139.871 | 7,13 | -18,39 |
| Verbania | Museo Storico Artistico del Verbano ^e | 4 ^c | 7 | 7 | 1.135 | 4.800 | 2.875 | - | -40,10 |
| <i>Totale provincia di Verbania</i> | | 5 | - | - | 163.758 | 184.552 | 147.573 | 12,70 | -20,04 |
| Vc Varallo | Sacro Monte ^e | 12 | 11 ^c | 12 | 88.580 | 87.765 | 87.290 | -0,92 | -0,54 |
| Vercelli | Museo Borgogna | 10 ^c | 12 | 12 | 2.606 | 6.520 | 2.421 | - | -62,87 |
| Vercelli | Museo Leone | 9 ^c | 11 | 11 | 2.226 | 1.957 | 2.084 | - | -6,49 |
| <i>Totale provincia di Vercelli</i> | | 3 | - | - | 93.412 | 96.242 | 91.795 | 3,03 | -4,62 |
| Totale musei monitorati 1998 | | 38 | - | - | 768.306 | 764.178 | 742.840 | -0,54 | -2,79 |

| COMUNE | MUSEI E BENI CULTURALI | MESI RILEVATI | | | VISITATORI | | | VARIAZIONE % | |
|-------------------------------------|---|---------------|----------------|----------------|------------|--------|---------|--------------|-----------|
| | | 1998 | 1999 | 2000 | 1998 | 1999 | 2000 | 1998-1999 | 1999-2000 |
| To Fenestrelle | Forte di Fenestrelle | - | 12 | 12 | - | 13.897 | 15.873 | - | 14,22 |
| AL Alessandria | Museo Etnografico C'era una volta... | - | 8 ^b | 12 | - | 6.834 | 13.216 | - | - |
| AL Gavi | Forte di Gavi | - | 12 | 12 | - | 4.234 | 6.602 | - | 55,93 |
| BI Biella | Palazzo La Marmora | - | 5 ^c | 2 ^c | - | 5.155 | 264 | - | - |
| CN Castellar | Museo Aliberti | - | 8 ^b | 1 ^b | - | 5.187 | 113 | - | - |
| CN Lagnasco | Castello Marchesi di Tapparelli | - | 9 | ^b | - | 1.591 | chiuso | - | - |
| VC Albano Vercellese | Parco delle Lame del Sesia | - | 7 | ^c | - | 1.153 | - | - | - |
| VC Moncrivello | Castello di Moncrivello ^e | - | 10 | 10 | - | 2.652 | 1.834 | - | -30,84 |
| Totale musei monitorati 1999 | 46 | - | - | 804.881 | 780.742 | - | -3,00 | - | - |
| AT Albugnano | Abbazia di Vezzolano | - | - | 12 | - | - | 10.550 | - | - |
| TO Exilles | Forte di Exilles ¹ | - | 6 | - | - | 50.016 | - | - | - |
| NO Novara | Museo Faraggiana Ferrandi | - | - | 11 | - | - | 12.427 | - | - |
| Totale musei monitorati 2000 | 49 | - | - | - | - | - | 853.735 | - | - |

^a I dati di tutti i musei non comprendono i partecipanti alle inaugurazioni degli eventi proposti nelle loro sedi con ingresso a invito. La provincia di Torino non comprende il Sistema Museale Metropolitan. Si ricorda che in quest'ultimo è inserito il circuito delle Residenze Sabaude, al quale appartengono la Reggia di Venaria Reale, il Castello di Rivoli, il Castello Reale di Moncalieri, la Palazzina di Caccia di Stupinigi e il Castello Ducale di Agliè, in provincia di Torino; il Castello Reale di Racconigi in provincia di Cuneo.

^b Musei chiusi in alcuni periodi per restauro, lavori, riallestimenti.

^c Dati di alcuni mesi non pervenuti.

^d I dati relativi all'affluenza dei visitatori sono stati stimati dagli organizzatori.

^e Aperture stagionali.

^f Per il 1998 del Museo d'Arte Preistorica di Pinerolo è stato fornito un unico dato annuale.

^g Il monitoraggio del Museo della Battaglia di Marengo è iniziato nel luglio 1998.

^h Il monitoraggio del Museo Arti e Mestieri di un Tempo è iniziato nel giugno 1998.

ⁱ Per il 1998 dei Giardini di Villa Taranto di Verbania è stato fornito un unico dato annuale.

¹ Il monitoraggio del Forte di Exilles è iniziato nel luglio 2000.

Fonte: elaborazione OCP su dati EtaBeta (gennaio-aprile) e Marca (maggio-dicembre)

le sedi museali considerate nel loro insieme (+1,6%) e soprattutto i Sacri Monti (+7,2%), mentre gli altri beni (civili, religiosi e ambientali) sono in flessione rispetto all'anno precedente. Da questo calcolo è escluso il Forte di Exilles, inaugurato nel luglio 2000, che da solo ha fatto registrare poco più di 50.000 presenze.

Ha avuto un'incidenza positiva sull'incremento delle visite di alcune sedi museali l'attività espositiva. Nelle dieci strutture monitorate dall'OCP, nelle quali si sono svolte complessivamente 32 mostre¹⁷, i visitatori, nei soli giorni di apertura delle esposizioni, sono stati oltre 45.000. Le mostre in questi musei si sono distribuite nel corso di tutto l'anno ad eccezione del mese di agosto e hanno avuto una permanenza media nelle sale di circa un mese. La mostra che ha avuto più pubblico in termini assoluti è stata "Il Castello dei Balocchi", tenutasi al Castello di Masino, che ha totalizzato 17.618 visitatori nei 134 giorni di apertura, ed è stata al tempo stesso l'allestimento di maggior durata.

L'Ostensione della Sindone, pur favorendo un incremento delle presenze turistiche a Torino e delle visite nei musei del centro cittadino, ha fatto registrare, non solo in città, un impatto nettamente inferiore rispetto a quello del 1998, quando aveva diffusamente interessato i beni/musei piemontesi e in particolare i beni religiosi e i circuiti del sacro. Proprio questi beni, ad eccezione dei Sacri Monti, hanno avuto, invece, le principali flessioni in termini di affluenza del pubblico. Anche i castelli e le residenze, che, soprattutto nel basso Piemonte, costituiscono la tipologia di bene culturale più visitata e diffusa, pur essendo state oggetto di programmi e iniziative interessanti che legano al patrimonio culturale e artistico manifestazioni musicali e teatrali, spettacolo dal vivo e degustazione di prodotti enogastronomici, mostrano nel 2000 una flessione delle presenze.

¹⁷ Museo Etnografico C'era una volta di Alessandria; Museo Civico di Casale Monferrato (AL); Museo Civico di Cuneo; Museo Mallè di Dronero (CN); Museo Civico Casa Cavassa di Saluzzo (CN); Cività Raccolte del Broletto di Novara; Castello di Masino di Caravino (TO); Castello di Rivara (TO); Museo Storico Valdese di Torre Pellice (TO); Museo Leone di Vercelli.

Provincia di Alessandria

IL MONITORAGGIO COMPRENDE: Museo Etnografico C'era una volta di Alessandria; Museo Civico Archeologico - Castello dei Paleologi di Acqui Terme (chiuso nel 2000); Museo Civico di Casale Monferrato; Sacro Monte di Crea; Museo della Battaglia di Marengo di Spinetta Marengo; Studio Pellizza da Volpedo di Volpedo; Forte di Gavi.

I visitatori di questi beni nel 2000 sono stati 226.000, pari al 26,5% del totale regionale ad esclusione del Sistema Metropolitano di Torino. Il bene più visitato è stato il Sacro Monte di Crea, inserito negli itinerari sacri in occasione del Giubileo, che ha registrato un incremento rispetto all'anno precedente di circa 20.000 unità, senza però raggiungere il numero di visitatori del 1998.

Confrontando i dati provinciali – relativi ai sei beni aperti e comparabili – con il 1999, si registra un incremento delle visite pari al 17,63%. Tutti i beni monitorati, ad eccezione del Museo Civico di Casale Monferrato, che mostra un incremento sul 1998 ma non sul 1999, hanno avuto incrementi netti di visitatori, il più consistente dei quali ha coinvolto il Museo della Battaglia di Marengo, in occasione della manifestazione “Marengo 2000” (9-11 giugno 2000) per i 200 anni della battaglia. Particolarmente attivo nell'anno è stato il Museo Etnografico C'era una volta di Alessandria con l'organizzazione di mostre temporanee: ne sono state organizzate 10 durante l'anno, che hanno totalizzato quasi 10.000 ingressi al museo.

È da rilevare inoltre che la possibilità di accesso del pubblico nei beni monitorati nella provincia di Alessandria è in costante aumento: si è passati da una apertura media delle strutture di 10 mesi nel 1998, a quella odierna di 12 mesi l'anno.

Provincia di Asti

IL MONITORAGGIO COMPRENDE: Museo Missionario Colle Don Bosco di Castelnuovo Don Bosco; Museo Arti e Mestieri di un Tempo di Cisterna d'Asti; Abbazia di Vezzolano di Albugnano.

I tre beni monitorati in provincia di Asti nel 2000 hanno totalizzato 50.300 visite, pari al 5,9% del totale regionale, ad esclusione del Sistema Museale Metropolitano di Torino. Il Museo Colle Don Bosco, con gli oltre 31.000 visitatori, è stato il sito con la maggiore affluenza: in compenso il Museo Arti e Mestieri di un Tempo di Cisterna d'Asti ha più che raddoppiato i suoi visitatori (da 3.504 nel 1999 a 8.154 nel 2000). Complessivamente i due musei astigiani mostrano un incremento di quasi il 17,5% rispetto all'anno precedente.

Provincia di Biella

IL MONITORAGGIO COMPRENDE: Palazzo La Marmora di Biella.

La struttura è sede espositiva che ospita mostre e altre iniziative legate alla città. Il monitoraggio, iniziato recentemente, consente di fornire i dati di affluenza relativamente ai mesi di marzo e agosto, per un totale di quasi 300 visitatori. La continuazione dell'attività di monitoraggio consentirà in futuro di fornire dati su periodi di tempo più significativi.

Provincia di Cuneo

IL MONITORAGGIO COMPRENDE: Museo Civico Craveri di Bra; Museo Civico di Cuneo; Museo Mallè di Dronero; Castello Reale di Govone; Castello di Grinzane Cavour; Castello della Manta; Abbazia di Santa Maria di Staffarda di Revello; Castello di Saliceto; Museo Civico Casa Cavassa di Saluzzo; Museo Civico di Savigliano; Castello di Serralunga d'Alba; Museo Aliberti di Castellar (chiuso a partire da ottobre per trasferimento della sede all'Isola di S. Giulio); Castello Marchesi di Tapparelli (chiuso nel 2000).

Le 13 strutture monitorate nella provincia di Cuneo¹⁸ hanno totalizzato nel 2000 circa 113.000 presenze, pari al 13,2% del totale regionale, ad esclusione del Sistema Museale Metropolitano torinese. I dati mostrano – su 11 beni comparabili – una flessione attorno al 6% rispetto al 1999, anno già in decremento rispetto al 1998. La diminuzione di pubblico ha

¹⁸ Si ricorda che il Castello di Racconigi è inserito tra i beni del Sistema Museale Metropolitano di Torino.

coinvolto quasi tutti i beni analizzati, ad esclusione del Museo Mallè di Dronero, del Castello Reale di Govone e del Museo Civico Casa Cavassa di Saluzzo, dove tra settembre e ottobre hanno avuto luogo tre mostre, per un totale di circa 5.000 visitatori. La flessione delle affluenze ha caratterizzato sia i musei, che hanno registrato un decremento rispetto al 1999 del 4,6% e del 50,7% rispetto al 1998, laddove incide pesantemente la chiusura del Museo Civico di Savigliano, sia i castelli, che vedono negli anni un calo di pubblico pari al 6% rispetto al 1999 e al 7% rispetto al 1998.

Provincia di Novara

IL MONITORAGGIO COMPRENDE: Museo Calderara di Ameno; Civiche Raccolte del Broletto di Novara; Museo Faraggiana Ferrandi di Novara; Sacro Monte di Orta San Giulio.

I quattro beni monitorati hanno totalizzato quasi 80.000 visite, pari al 9,34% del totale (eccettuando il Sistema Museale Metropolitano di Torino), tre quarti delle quali confluite nel Sacro Monte di Orta San Giulio. Rispetto all'anno precedente l'incremento dei visitatori nei tre beni comparabili si assesta al 5,35%. Le Civiche Raccolte del Broletto hanno registrato i risultati più positivi rispetto al 1999; nel 2000 sono state organizzate nel museo quattro mostre per un totale di poco meno di 500 visitatori. Un inserimento importante nel monitoraggio del 2000 riguarda il Museo Faraggiana di Novara, che ha totalizzato quest'anno quasi 12.500 visitatori.

Provincia di Torino

IL MONITORAGGIO COMPRENDE: Abbazia di Sant'Antonio di Ranverso di Buttigliera; Museo di Storia Naturale di Carmagnola; Museo Martini di Chieri; Castello di Masino di Caravino; Museo dell'Arma di Cavalleria di Pinerolo; Museo d'Arte Preistorica di Pinerolo; Castello di Rivara; Museo Cavouriano-Castello Cavour Visconti Venosta di Santena; Museo Storico Valdese di Torre Pellice; Forte di Fenestrelle; Forte di Exilles.

Il monitoraggio dei beni in provincia di Torino, situati fuori dall'area metropolitana, comprende 11 strutture che nel 2000 hanno totalizzato oltre 143.000 visitatori, pari al 16,8% del totale, sempre ad esclusione dei beni e musei ricadenti nel Sistema Museale Metropolitano. I tre quarti delle affluenze hanno riguardato i castelli e i forti. Il Forte di Exilles, inaugurato quest'anno, ha avuto un grande successo di pubblico, contando in soli sei mesi di apertura oltre 50.000 visite; l'exploit di Exilles, a cui si accompagna anche un incremento del 14% riferito al Forte di Fenestrelle, porta ad un aumento di visitatori in provincia superiore al 45% nel 2000 rispetto al 1999. Se invece si analizzano esclusivamente i dati dei nove musei comparabili negli anni 1998, 1999 e 2000, non considerando quindi il Forte di Exilles e quello di Fenestrelle, si rileva un decremento pari all'8%, che ha coinvolto tutti i beni/musei ad eccezione del Museo di Storia Naturale di Carmagnola, riaperto ad aprile dopo una lunga chiusura per restauri e attivo nell'organizzazione di mostre. Pesa inoltre la chiusura temporanea del Museo dell'Arma di Cavalleria di Pinerolo per lavori di riallestimento.

Provincia di Verbania

IL MONITORAGGIO COMPRENDE: Museo di Geologia e Mineralogia di Crodo; Museo dell'Ombrello e del Parasole di Gignese; Museo Civico di Gurro (chiuso nel 2000); Giardini di Villa Taranto di Pallanza; Museo Storico Artistico del Verbanio di Verbania.

I musei/beni culturali aperti della provincia di Verbania hanno totalizzato 147.573 visitatori, pari al 17,3% del totale, con una flessione del 20% rispetto al 1999 e del 10% rispetto al 1998. Il dato è condizionato dalle oltre 31.000 presenze in meno registrate nei Giardini di Villa Taranto di Verbania Pallanza, che comunque con quasi 140.000 visitatori, si situano tra i beni più visitati del Piemonte. È da aggiungere che nel 2000 il Museo Civico di Gurro è stato chiuso e non sono più pervenuti i dati del Museo di Geologia e Mineralogia di Crodo a partire dal mese di aprile.

¹⁹ I beni aderenti all'iniziativa "Castelli Aperti" nella provincia di Alessandria sono: Castello dei Paleologi di Acqui Terme; Castello di Bergamasco (chiuso nel 2000); Castello di Torre Ratti di Borghetto Borbera; Villa Vidua di Conzano; Castello di Lignano Frassinello; Villa Marengo di Marengo; Castello di Montecastello; Castello di Orsara Bormida (chiuso nel 2000); Castello di Novi Ligure; Villa Schella di Ovada; Castello di Piovera; Castello Comunale di Pozzolo Formigaro (chiuso nel 2000); Castello di Prasco; Castello di San Giorgio Monferrato; Giardini di Villa Genova di San Salvatore Monferrato; Castello di Tagliolo Monferrato; Castello di Trisobbio; Palazzo Calori di Vignale Monferrato.

²⁰ I beni aderenti all'iniziativa "Castelli Aperti" nella provincia di Asti sono: Castello Medioevale di Cisterna d'Asti; Castell'Alfero; Castello di Monastero Bormida; Castello di Moncuco Torinese; Montiglio Monferrato; Castello di Piea; Castello di Rinco; Castello di San Marzano Oliveto; Castello di Soglio.

²¹ I beni aderenti all'iniziativa "Castelli Aperti" nella provincia di Cuneo sono: Castello dei Conti Cipollini di Alto (chiuso nel 2000); Castello dei Marchesi Falletti di Barolo; Palazzo Traversa di Bra; Castello dei Marchesi di Saluzzo di Castellar; Palazzo Salmatoris di Cherasco; Palazzo dei Conti Giriodi di Costigliole Saluzzo; Villa Colombaro a San Michele di Cuneo; Villa Tornaforte di Cuneo; Castello degli Acaja di Fossano; Castello Reale di Casotto di Gressio; Castello Reale di Carlo Felice di

Provincia di Vercelli

IL MONITORAGGIO COMPRENDE: Sacro Monte di Varallo; Museo Borgogna di Vercelli; Museo Leone di Vercelli; Parco delle Lame del Sesia di Albano Verellese; Castello di Moncrivello. Le 93.000 presenze nei beni della provincia di Vercelli costituiscono l'11% del totale, escluso il Sistema Museale Metropolitan. Rispetto allo scorso anno, si manifesta una perdita del 4,6% dei visitatori, ma incide in questo risultato il buon successo di pubblico della mostra "Ut pictura ita visio" organizzata presso il Museo Borgogna nel 1999, che fa registrare un picco di pubblico sostenuto in quell'anno. Inoltre, il Parco delle Lame del Sesia è stato monitorato solo nei primi tre mesi dell'anno, mentre i dati dei mesi successivi non sono stati resi disponibili. In realtà i dati del 2000 si assestano per i musei della città di Vercelli sui risultati del 1998, con una flessione assai lieve.

Circuiti d'arte e cultura in Piemonte

Oltre ai musei e alle esposizioni temporanee l'offerta culturale piemontese è caratterizzata da circuiti d'arte e cultura finalizzati alla promozione e valorizzazione del patrimonio storico-artistico diffuso sul territorio. Tali iniziative si sono sviluppate, su iniziativa delle amministrazioni provinciali e locali, soprattutto a partire dalla seconda metà degli anni novanta. La formula adottata si basa sull'apertura al pubblico di monumenti, chiese, palazzi, castelli, normalmente chiusi o di accessibilità limitata, sovente coniugando le proposte di visita ai beni culturali con percorsi enogastronomici e naturalistici. Vanno in questa direzione le iniziative di "Castelli Aperti", "Città d'Arte a porte aperte" e il "Circuito dei Castelli del Canavese". Il progetto "Residenze Reali del Piemonte", darà vita entro i prossimi cinque anni ad un circuito culturale e turistico in cui, lungo un percorso che si snoda su circa 450 chilometri, si integrano regge-città-territorio.

Castelli Aperti

"Castelli Aperti" è un'iniziativa che, sorta nel 1996 per volontà delle amministrazioni provinciali di Alessandria, Asti e Cuneo, della Società Consortile "Langhe Monferrato Roero" e del CEGAT (Centro Guide Turistiche), prevede le visite nei beni con l'accompagnamento di guide turistiche o dei proprietari stessi dei castelli, all'interno dei quali sono ospitati musei d'arte ed etnografia, musei di storia, giardini storici, ma anche enoteche. L'iniziativa, che nella prima edizione ha coinvolto 35 castelli, divenuti 59 nel 2000, si è svolta lo scorso anno dal 4 maggio al 12 ottobre, aprendo al pubblico castelli e residenze private, comunali e statali. Complessivamente l'edizione 2000 di "Castelli Aperti" ha totalizzato 222.587 visite. Sono stati coinvolti nella rassegna 18 castelli della provincia di Alessandria¹⁹, che hanno totalizzato 24.064 presenze, nove beni della provincia di Asti²⁰, per un totale di 14.872 visite, 29 castelli – compreso il Castello di Racconigi – della provincia di Cuneo²¹ con 125.374 presenze, tre beni statali²², per un totale di 58.277 visite²³. All'interno dell'iniziativa "Castelli Aperti" è stata attivata, dall'8 giugno al 31 agosto, la manifestazione "Castelli in Scena", che ha coinvolto i comuni di Acqui Terme, Cisterna d'Asti, Castellar, Govone e Saliceto. La rassegna ha previsto una serie di spettacoli, rievocazioni storiche, kermesse di artisti di strada, concerti di musica classica all'interno delle strutture aderenti.

Circuito dei Castelli del Canavese

Simile all'iniziativa precedente è il "Circuito dei Castelli del Canavese", istituito nel 1995, che propone un itinerario che unisce alle residenze più note, quali il Castello di Agliè e quello di Masino, altri beni meno conosciuti, fra cui chiese e ville, che hanno ospitato nel

corso dell'anno diverse manifestazioni a carattere culturale e artistico²⁴. Dal monitoraggio condotto da giugno a ottobre 2000 le visite sono state complessivamente quasi 30.000. L'iniziativa costituisce un interessante esempio di utilizzo dei fondi europei. È infatti inserita nel programma promozionale PIST "Laghi Morenici e Castelli del Canavese" realizzato nell'ambito dei Progetti Integrati di Sviluppo Turistico⁵. Tale progetto prevede inoltre la realizzazione di un sistema di cartellonistica autostradale, di una campagna pubblicitaria, di una serie di opuscoli turistici che valorizzino le peculiarità del territorio e fornisca itinerari variegati con segnalazioni di servizi ed eventi, e di un corso di formazione per gli operatori coinvolti che mira a migliorare la qualità del settore ricettivo.

Città d'Arte a Porte Aperte

Si tratta di un'iniziativa ideata nel 1996 dalla Provincia di Torino con lo scopo di istituire un circuito di itinerari storico-artistici sul territorio provinciale, coinvolgendo le amministrazioni comunali. Nel 2000 i comuni che hanno aderito alla manifestazione sono stati 74, i beni culturali e ambientali coinvolti sono complessivamente 510, di cui 469 monumenti/beni culturali, 10 parchi e 31 musei. Nel corso degli anni, nell'ambito della manifestazione sono state sviluppate tre ulteriori iniziative: "Itinerari del Gusto", "Città d'Arte in Musica" e "Musei Aperti in Provincia di Torino"²⁶.

Nel 2000 "Musei Aperti" ha raccolto 76 musei presenti sul territorio provinciale torinese (città di Torino esclusa), alcuni noti a livello nazionale, come il Museo della Cavalleria di Pinerolo o le residenze sabaude, altri noti solo a livello locale. Si tratta di una sorta di sistema museale disseminato sul territorio, comprensivo di diverse tipologie di collezioni: ecomusei, musei naturalistici, storici, archeologici, d'arte sacra, d'arte contemporanea, delle marinerie, militari, ecc. La manifestazione "Musei Aperti in Provincia di Torino" prevede la possibilità di percorsi guidati di visita e di orari certi d'apertura anche per i musei non compresi nel circuito delle Città d'Arte.

Il Progetto Residenze Reali del Piemonte

La nascita del Sistema delle Residenze Sabaude nel dicembre 2000 e l'istituzione della Commissione Regionale per le Residenze Sabaude nel successivo mese di marzo, testimoniano un rinnovato interesse per il progetto di recupero e di valorizzazione delle Residenze seicentesche e settecentesche²⁷, dichiarate "patrimonio dell'umanità" dall'UNESCO nel 1997. Nel corso del 2000 è stato inoltre completato lo studio di fattibilità affidato a Finpiemonte e incentrato su due filoni principali: quello urbanistico, nel cui ambito, per ogni singolo comune sede di Residenza, è stato individuato lo stato dell'arte degli aspetti ambientali, urbanistici e architettonici – con la segnalazione e la quantificazione degli interventi di riqualificazione paesaggistica e funzionale – e quello turistico, finalizzato a individuare gli elementi portanti del circuito integrato di fruizione.

Scopo del progetto, oltre al restauro dei castelli, è anche il recupero dei centri storici dei comuni sede delle Residenze e dell'ambiente circostante, interventi che dovranno contribuire alla creazione di un circuito culturale e turistico unitario che integri castelli, parchi, musei, ecc. Il circuito si svilupperà su un percorso di circa 450 chilometri e toccherà complessivamente un centinaio di comuni localizzati nella province del torinese e cuneese.

Le linee di azione per i prossimi anni, di competenza della commissione costituita, prevedono la valutazione dei progetti di recupero e di restauro delle Residenze all'interno di un piano organico di investimenti, la predisposizione di un piano di comunicazione del "nuovo" prodotto turistico e l'individuazione di una rete di servizi comuni che garantiscano la formazione del personale, l'accoglienza, il sistema di prenotazioni e lo sviluppo di altri servizi finalizzati a migliorare la fruibilità del patrimonio e l'accessibilità dei visitatori. Ai circuiti d'arte e cultura promossi dalle amministrazioni locali si affiancano iniziative di altri soggetti, quali il FAI (Fondo per l'Ambiente Italiano) e l'Associazione Dimore

Govone; Castello di Grinzane Cavour; Palazzo Re Rebaudengo di Guarene; Castello Reale di Guarene; Castello di Lagnasco; Castello degli Alfieri di Magliano Alfieri; Castello dei Marchesi di Busca di Mango; Castello della Manta; Castello dei Solaro di Monasterolo di Savigliano; Torre dei Bressani di Mondovì; Castello dei Caldera di Monesiglio; Castello di Monticello d'Alba; i Berloni di Racconigi; Castello di Rocca de' Baldi; Castello di Roddi; Castello di Saliceto; Palazzo Muratori Cravatta e Taffini d'Acceglio di Savigliano; Casa Cavassa di Saluzzo; Forte di Vinadio.

²² I beni statali che partecipano alla rassegna sono il Castello Reale di Racconigi (CN); il Castello di Serralunga d'Alba (CN); il Forte di Gavi (AL).

²³ Fonte: Società Consortile Langa Monferrato Roero - Castelli Aperti.

²⁴ Le altre strutture aderenti al circuito sono: Castello di Borgomasino; Castello di Ivrea; Castello di Mazzè; Castello di Moncrivello; Castello di Parella; Castello di Rivara; Castello di Rivarolo; Castello di San Giorgio; Complesso Abbaziale di Montanaro; Castello e Chiesa di San Giorgio in Valperga.

²⁵ Docup 97-99 per le aree Obiettivo 2, Asse 2 Turismo, Misura 2.2 "Rafforzamento e sviluppo di sistemi turistici", Regolamento CEE n. 2081/93 finalizzato alla creazione e allo sviluppo dei flussi turistici dell'area canavesana.

²⁶ Comuni aderenti a "Città d'Arte a Porte Aperte": Agliè; Alpignano; Angrogna; Avigliana; Azeaglio; Bardonecchia; Beinasco; Buttigliera Alta; Caluso;

Candia; Cantalupa; Carmagnola; Carignano; Castagneto Po; Castagnole Piemonte; Castellamonte; Cercenasco; Cesana; Chivasso; Chieri; Ciriè; Coazze; Colletterto Giacosa; Collegno; Cuceglio; Cumiana; Cuorgnè; Exilles; Favria; Feletto; Fenestrelle; Foglizzo; Frossasco; Giaglione; Graverè; Ivrea; Lanzo; Lemie; Loranzé; Luserna San Giovanni; Lusernetta; Macello; Moncalieri; Montanaro; Ogliaiano; Orio Canavese; Osasio; Oulx; Parella; Pavone Canavese; Pianezza; Pinerolo; Piossasco; Piovesi; Piscina; Poirino; Pont Canavese; Pragliato; Pralormo; Quaglizzo; Rivarolo; Rivalta; Rivoli; Roure; Salbertrand; San Benigno; San Giorgio Canavese; San Giorgio; San Maurizio Canavese; San Ponso; Sant'Ambrogio; Sparone; Strambinello; Susa; Torre Canavese; Torre Pellice; Usseaux; Usseglio; Valfrè; Valperga; Vigone; Villafranca Piemonte; Villar Perosa; Vinovo; Virle Piemonte; Viù; Voliera.

²⁷ Residenze Reali in Torino: Palazzo Reale, Villa della Regina, Palazzo Madama, Palazzo Carignano, Castello del Valentino. Residenze Reali sul territorio piemontese: Castello de La Mandria, Reggia di Venaria Reale, Castello di Rivoli, Palazzina di Caccia di Stupinigi, Castello di Moncalieri, Castello di Racconigi, Castello di Pollenzo, Castello di Govone, Castello Ducale di Agliè.

²⁸ I beni aderenti all'ADSI sono in Piemonte il Castello di Piovera, il Castello di Prasco dei Conti Gallesio-Piuma, il Castello di Salabue, per quanto riguarda la provincia di Alessandria, il castello di Monti-

Storiche Italiane. A partire dalla primavera il FAI organizza attività e manifestazioni, quali mostre-mercato, esposizioni di oggetti rari e curiosi, feste, ecc., all'interno delle sue proprietà, che sono in Piemonte il Castello di Masino a Caravino (TO) e il Castello della Manta (CN). L'Associazione Dimore Storiche Italiane, a cui aderiscono in Piemonte 12 beni²⁸ fra castelli, palazzi, abbazie, ecc., organizza aperture al pubblico ed eventi culturali all'interno delle dimore, molte delle quali offrono anche ospitalità.

L'affluenza scolastica nei beni culturali piemontesi

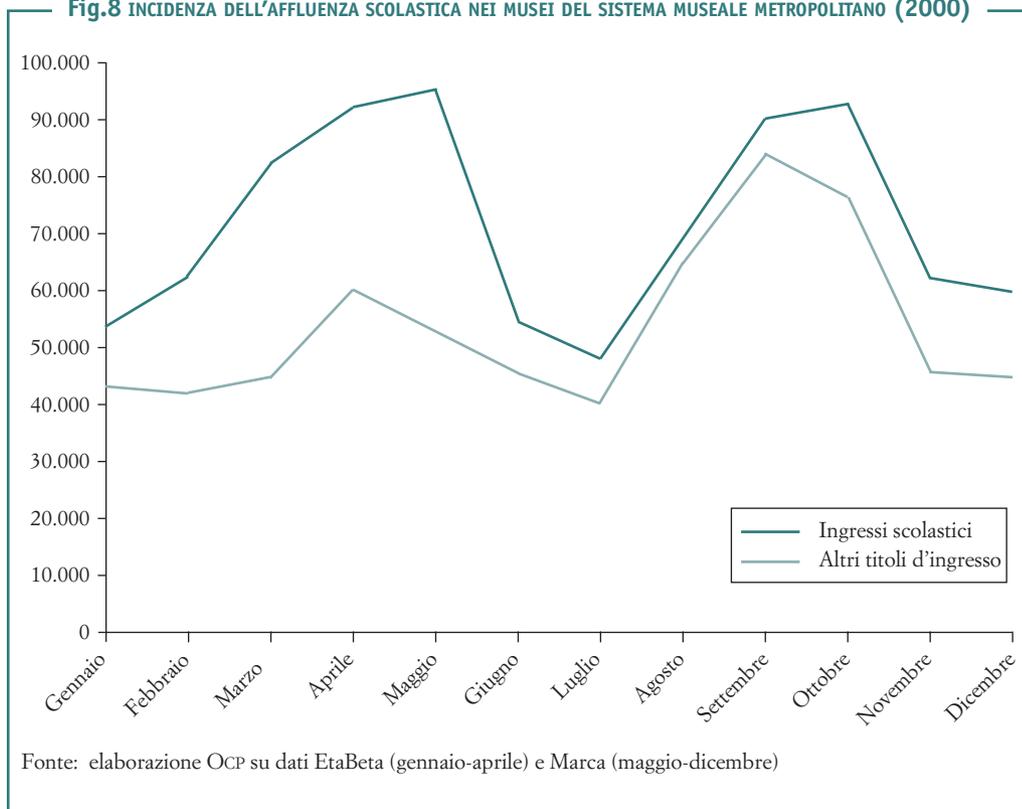
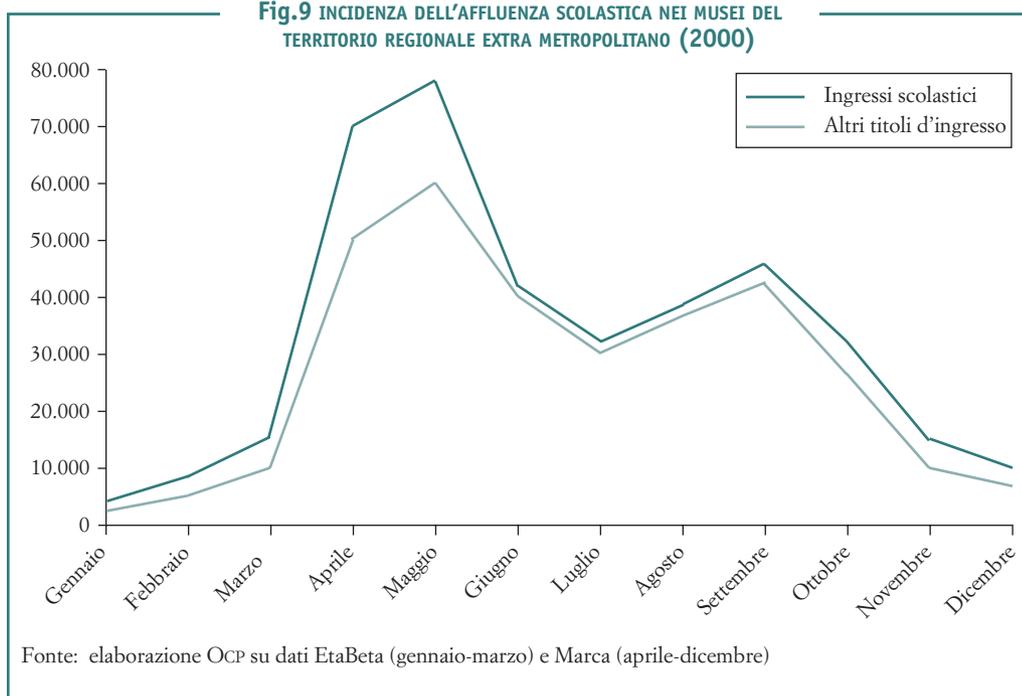
Le scolaresche hanno costituito anche quest'anno una percentuale rilevante dei visitatori dei musei e dei beni culturali in Piemonte. È stato possibile analizzare l'affluenza di questo tipo di pubblico in 46 beni, 20 del Sistema Museale Metropolitano e 26 del resto del Piemonte, che raccolgono dati disaggregati per l'utenza scolastica. Complessivamente questi beni sono stati visitati da 286.003 studenti, pari al 23,34% del totale delle affluenze, con la stessa incidenza percentuale sulle presenze registrata nel 1999.

Il Sistema Museale Metropolitano ha avuto un'affluenza scolastica pari al 79% del totale regionale. Complessivamente le scuole, nei 20 musei di cui sono disponibili i dati relativi alle affluenze scolastiche²⁹, hanno costituito il 26,7% del totale dei visitatori, raggiungendo i picchi massimi nei mesi di marzo e maggio (circa 47%). I musei stanno dedicando un'attenzione sempre maggiore ai programmi didattici rivolti alle scuole, i cui effetti si notano anche dall'incremento delle visite di questa particolare utenza: le affluenze scolastiche nel 1999 costituivano il 23,58% del totale delle presenze nei musei monitorati dell'area metropolitana.

Il museo più visitato dalle scuole (fra quelli di cui è disponibile la disaggregazione delle affluenze scolastiche) è stato il Castello di Rivoli, con 42.326 visite, seguito dalla GAM (31.221 visite) e da "R come...", nel quale l'utenza scolastica conta per oltre il 90% del totale dei visitatori.

Nei 26 musei del resto del Piemonte che raccolgono dati disaggregati sugli ingressi delle scuole l'incidenza percentuale di questa utenza è stata complessivamente del 15,95%, sei punti percentuali in meno rispetto al 1999. I picchi massimi sono stati nei mesi di marzo (40,5%), dicembre e novembre.

La provincia nella quale le scuole hanno avuto l'incidenza maggiore è stata quella di Vercelli (35% nei due musei che registrano le affluenze), seguita da quella di Cuneo (26%). L'Abbazia di Santa Maria di Staffarda è stato il bene più visitato sul territorio regionale extra metropolitano dall'utenza scolastica, con quasi 10.000 visite.

Fig.8 INCIDENZA DELL'AFFLUENZA SCOLASTICA NEI MUSEI DEL SISTEMA MUSEALE METROPOLITANO (2000)**Fig.9 INCIDENZA DELL'AFFLUENZA SCOLASTICA NEI MUSEI DEL TERRITORIO REGIONALE EXTRA METROPOLITANO (2000)**

glio e la Torre Margellengo in provincia di Asti, il Castello di Masazza, Palazzo Lamarmora e Villa La Margherita in provincia di Biella, il Castello Canalis e Villa il Torrione in provincia di Torino, l'Abbazia di Santa Maria di Luccedio e il Castello di Moncrivello in provincia di Vercelli.

²⁹ I musei di cui sono disponibili i dati relativi alle affluenze scolastiche sono: GAM, Museo Pietro Micca, Palazzo Reale, Armeria reale, Museo del Risorgimento, Palazzo Barolo, Museo Nazionale della Montagna, Museo Nazionale dell'Automobile, Reggia di Venaria, Palazzina di Caccia di Stupinigi, Castello di Agliè, Castello di Racconigi, Museo di Scienze Naturali, Borgo e Rocca Medioevali, Pinacoteca dell'Accademia Albertina delle Belle Arti, Museo della Sindone, Fondazione Italiana per la Fotografia, R come..., Castello di Moncalieri.

1.2 GLI ABBONAMENTI AI MUSEI DI TORINO

L'Abbonamento e la Carta Musei sono tessere di libero accesso ai musei del Sistema Museale Metropolitano di Torino, la prima di validità annuale, diretta al pubblico residente, la seconda della durata di 48 ore, indirizzata ad un pubblico prevalentemente turistico³⁰. Gli Abbonamenti venduti tra dicembre 1999 e dicembre 2000 sono stati complessivamente 7.723³¹, il 34,7% in più rispetto all'anno precedente. Con queste tessere sono state effettuate 49.748 visite³², in forte aumento rispetto al 1999. Le Carta Musei 2000 vendute sono state 5.255, con un incremento del 265% rispetto al 1999, per un totale di 18.203 visite, il 260% in più rispetto all'anno prima³³.

Tra gli acquirenti dell'Abbonamento Musei 2000 le donne sono il 53% del totale degli abbonati, un punto percentuale in più rispetto al 1999. Le principali differenze sono emerse dall'analisi delle categorie professionali e dell'età degli abbonati. La tendenza sembra indicare una maggiore diffusione della tessera tra le professioni e un innalzamento dell'età media degli acquirenti. Le prime quattro categorie professionali, studenti, impiegati, pensionati e ceti superiori, che nel 1999 costituivano l'82,3% del totale, nel 2000 hanno contato per circa l'80,7%, con una netta diminuzione percentuale degli studenti e un incremento di quasi tutte le altre professioni. Gli studenti, che nel 1999 costituivano il 41% dell'universo abbonati, hanno toccato nel 2000 il 30,2% del totale, ma il dato è fortemente influenzato dall'aumento netto delle vendite, ovvero da una diminuzione "relativa" data dall'aumento delle altre categorie professionali: in termini assoluti le vendite di abbonamenti agli studenti sono diminuite di sole 38 unità. L'aumento più rilevante riguarda invece gli impiegati, praticamente raddoppiati rispetto al 1999, che contano oggi per il 21,8% del totale.

Per quanto riguarda l'età diminuiscono gli abbonamenti venduti ai più giovani; la fascia dei minori di 18 anni passa dal 15,3% al 9,2% del 2000, mentre aumentano gli abbonati in età compresa tra i 41 e i 55 anni (dal 17% al 21% del 2000) e tra i 56 e i 65 anni (dal 21% al 23%). È possibile che per quanto riguarda le fasce d'età più giovani l'abbonamento si inquadri all'interno di un panorama di facilitazioni e riduzioni diverse in grado di attenuarne la convenienza economica.

Il 94% degli abbonati proviene dalla provincia di Torino, quasi il 4% dalle altre zone del Piemonte, in prevalenza la provincia di Cuneo, mentre solo il 2% proviene da altre regioni italiane o dall'estero. La diffusione più eterogenea dell'Abbonamento si riflette anche sulla provenienza degli abbonati: negli ultimi tre anni, infatti, diminuisce in termini percentuali il peso dei residenti in Torino città, passati dal 73% del 1998 al 68% del 2000. Il dato fa pensare ad un maggiore sviluppo del ruolo di "capoluogo" di Torino verso i territori di provincia e in particolare verso i comuni dell'area metropolitana, che non può che essere considerato positivamente come allargamento della sfera di influenza dell'offerta cittadina.

All'interno della città sono aumentati gli abbonati provenienti dal centro cittadino (CAP 10121, 10122, 10123, 10124) di circa tre punti percentuali, mentre è diminuito il peso dei quartieri più periferici della città (CAP 10127, 10135, 10136, 10137, 10142, 10146, 10148, 10151, 10154, 10158), che rappresentano circa il 24% del totale. Gli altri comuni della provincia oltre a Torino, dai quali provengono in numero più consistente gli abbonati, come rilevato negli scorsi anni, sono tutti appartenenti alla prima cintura cittadina: Collegno (161 abbonamenti), Moncalieri (160 abbonamenti), Rivoli (143 abbonamenti), Grugliasco (95 abbonamenti), Venaria (87 abbonamenti); per tutti questi comuni emerge un netto aumento degli abbonati.

Nel 2000 gli abbonati ai musei hanno aumentato ed esteso il numero delle visite ai musei rispetto allo scorso anno. Il museo più visitato anche per il 2000 risulta la GAM, con il 20,4% delle presenze (erano il 28,51% nel 1999), seguito dalla Fondazione Palazzo Bricherasio (18,6% del totale), e dal Museo Nazionale del Cinema (i dati prendono in considerazione sia

³⁰ I dati sono forniti dall'Associazione Torino Città Capitale Europea, responsabile della gestione dell'Abbonamento e della Carta Musei.

³¹ L'analisi del profilo degli utenti dell'Abbonamento Musei farà riferimento a 7.535 abbonati che hanno compilato il questionario all'acquisto della tessera.

³² 829 visite hanno avuto luogo nel dicembre del 1999 e sono quindi state conteggiate per quell'anno.

³³ Nel 1999 la Carta Musei era in vendita a partire dal mese di aprile. I dati sulle vendite dell'Abbonamento Musei 2001 e di Carta Musei, già disponibili per il periodo dicembre 2000-aprile 2001, confermano una dinamica in forte crescita. Ad aprile 2001 gli Abbonamenti venduti sono circa 12.500, pari all'80% in più rispetto allo stesso periodo del 2000. La percentuale di incremento per le vendite della Carta Musei si attesta attorno al 50%, per un totale di 2000 Carte vendute. Fonte: Associazione Torino Città Capitale Europea.

gli ingressi al Museo del Cinema sia quelli all'ascensore panoramico, complessivamente pari al 10,3% del totale), dalla Fondazione Italiana per la Fotografia - Museo della Fotografia Storica e Contemporanea (6,5% del totale³⁴), dal Castello di Rivoli - Museo d'Arte Contemporanea (6,3% del totale). Il Museo Egizio, dove le visite con l'abbonamento musei sono state 1.780, si colloca al settimo posto dopo il Museo delle Arti - Decorative Fondazione Accorsi³⁵.

Ai primi posti delle preferenze degli abbonati, se si esclude il Museo Nazionale del Cinema, inaugurato nel 2000, anche quest'anno ci sono i musei che offrono mostre ed esposizioni permanenti di arte moderna e contemporanea. I picchi principali di visite in questi musei si registrano proprio nei mesi in cui le sedi museali hanno presentato le principali mostre. Complessivamente le visite degli abbonati si sono distribuite omogeneamente per tutto il corso dell'anno, con le punte massime nei mesi di marzo e novembre e quella minima a giugno.

Se la localizzazione della sede museale non sembra dunque avere influenzato le scelte degli abbonati, differente è stata invece l'affluenza con Carta Musei. Il 72,7% delle visite con la Carta ha avuto per oggetto sedi museali comprese tra piazza Castello e la Mole. Il museo più visitato è stato il Museo Egizio con il 18,2% delle visite totali, seguito da Palazzo Reale (14,7%), dalla Mole Antonelliana (12,2%), dalla Galleria Sabauda (11,7%), dall'Armeria Reale (7,2%), dal Museo Nazionale del Risorgimento (6,6%).

Quasi la metà delle visite con Carta Musei è stata effettuata tra agosto e ottobre del 2000, segno che hanno inciso le affluenze di pellegrini per l'Ostensione della Sindone e il turismo culturale arrivato in città, anche richiamato dall'apertura del Museo Nazionale del Cinema alla Mole Antonelliana.

Mediamente l'Abbonamento è stato utilizzato 6,44 volte, molto più intensamente rispetto allo scorso anno, quando la media era stata di 3,94 volte³⁶. Più della metà degli abbonati ha effettuato tra una e cinque visite, ma sono ben rappresentati anche coloro i quali hanno effettuato più di 15 visite (5,4%). La media di utilizzo della Carta Musei è stata invece di 3,46 visite nelle 48 ore.

L'incrocio del profilo dell'abbonato con l'utilizzo dell'abbonamento ha permesso l'individuazione della preferenza del museo per ogni categoria professionale. Gli studenti, la cate-

Tab.5 ABBONAMENTO MUSEI: ABBONATI PER SESSO, ETÀ E PROFESSIONE (2000)

| PROFESSIONE | SESSO | | | ETÀ (ANNI) | | | | | | ABBONATI | | |
|----------------|-------|-------|--------|------------|-------|-------|-------|-------|-------|----------|----------|--------|
| | F | M | N. R.* | <18 | 18-29 | 30-40 | 41-55 | 56-65 | > 65 | N. R.* | VAL.ASS. | VAL.% |
| Studente | 1.293 | 982 | 1 | 691 | 1.525 | 40 | 3 | 1 | 2 | 14 | 2.276 | 30,21 |
| Impiegato | 820 | 822 | 0 | 0 | 269 | 672 | 572 | 93 | 12 | 24 | 1.642 | 21,79 |
| Pensionato | 544 | 601 | 0 | 0 | 0 | 1 | 88 | 439 | 604 | 13 | 1.145 | 15,20 |
| Ceti superiori | 359 | 662 | 2 | 0 | 108 | 265 | 361 | 161 | 82 | 46 | 1.023 | 13,58 |
| Insegnante | 350 | 128 | 2 | 0 | 29 | 101 | 257 | 71 | 9 | 13 | 480 | 6,37 |
| Casalinga | 374 | 3 | 0 | 0 | 3 | 28 | 123 | 129 | 92 | 2 | 377 | 5,00 |
| Commerciante | 67 | 101 | 0 | 0 | 17 | 52 | 62 | 27 | 8 | 2 | 168 | 2,23 |
| Artista | 40 | 47 | 0 | 0 | 10 | 29 | 25 | 13 | 10 | 0 | 87 | 1,15 |
| Artigiano | 25 | 52 | 0 | 0 | 17 | 26 | 21 | 12 | 0 | 1 | 77 | 1,02 |
| Operaio | 11 | 62 | 0 | 0 | 14 | 26 | 31 | 2 | 0 | 0 | 73 | 0,97 |
| Disoccupato | 19 | 7 | 0 | 0 | 13 | 7 | 5 | 0 | 0 | 1 | 26 | 0,35 |
| Altro | 8 | 7 | 0 | 0 | 2 | 6 | 5 | 1 | 1 | 0 | 15 | 0,20 |
| N. R.* | 82 | 62 | 2 | 2 | 35 | 20 | 31 | 23 | 14 | 21 | 146 | 1,94 |
| Totale | 3.992 | 3.536 | 7 | 693 | 2.042 | 1.273 | 1.584 | 972 | 834 | 137 | 7.535 | 100,00 |
| % sul totale | 52,98 | 46,93 | 0,09 | 9,20 | 27,10 | 16,89 | 21,02 | 12,90 | 11,07 | 1,82 | 100,00 | - |

*Non risponde.

Fonte: elaborazione OCP su dati Associazione "Torino Città Capitale Europea"

³⁴ Il dato non comprende gli abbonati che hanno visitato la mostra "Gran Tour" organizzata dalla Fondazione Italiana per la Fotografia presso la sede di Palazzo Bricherasio.

³⁵ L'analisi è stata condotta escludendo le 829 visite effettuate con l'abbonamento 2000 nel dicembre 1999.

³⁶ La previsione della media di utilizzo per l'Abbonamento 2001 è di sette ingressi per abbonato. Fonte: Associazione Torino Città Capitale Europea.

goria più rappresentata, hanno preferito visitare soprattutto le mostre: Palazzo Bricherasio, GAM, Castello di Rivoli, Fondazione Italiana per la Fotografia, ma anche il Museo Nazionale del Cinema. L'aumento dell'età media di questa fascia di utenza, che tende a spostarsi verso il segmento universitario, è evidenziato anche dal confronto di questi dati con quelli dello scorso anno che vedevano, accanto ai musei di arte contemporanea, il Museo del Risorgimento, il Museo Pietro Micca, il Borgo e Rocca Medioevale, tradizionalmente preferiti dalla fascia di pubblico in età scolare. Gli impiegati, che costituiscono per numero la seconda categoria di utenza, hanno invece privilegiato essenzialmente GAM e Palazzo Bricherasio, sedi all'interno delle quali si ritrovano ad avere la maggioranza assoluta di presenze rispetto al pubblico degli abbonati. Anche i ceti superiori³⁷ hanno privilegiato il percorso di visita legato all'arte contemporanea e alle mostre temporanee, comprendendo inoltre la visita alla Mole Antonelliana e al Museo Nazionale del Cinema. Scelte diverse quelle dei pensionati, che hanno incluso nei propri itinerari anche la Fondazione Accorsi, il Museo di Antichità, il Museo Egizio, il Museo Nazionale della Montagna.

Data la preferenza di specifiche categorie di utenza per il circuito dell'arte contemporanea, attraverso il comportamento di consumo degli abbonati si è cercato di definire le correlazioni esistenti tra i diversi musei.

Sono stati inclusi in un primo gruppo la GAM, la Fondazione Palazzo Bricherasio, il Museo del Cinema, il Castello di Rivoli - Museo d'Arte Contemporanea, la Fondazione Italiana per la Fotografia - Museo della Fotografia Storica e Contemporanea, il Museo Nazionale della Montagna Duca degli Abruzzi, il Museo Nazionale dell'Automobile, la Fondazione Sandretto Re Rebaudengo.

Analizzando i dati è interessante notare come i primi due musei, GAM e Palazzo Bricherasio, così come era già stato rilevato lo scorso anno, dialogano principalmente tra di loro: il 71,4% dei visitatori della Fondazione Bricherasio ha visitato anche la GAM, il 71,5% dei visitatori della GAM ha visitato anche Palazzo Bricherasio. I valori percentuali risultano essere più elevati rispetto allo scorso anno, soprattutto per quanto riguarda questo secondo valore. Le correlazioni tra questi musei e gli altri componenti il gruppo sono meno forti: il museo ad essi più correlato risulta essere il Museo Nazionale del Cinema, visitato dal 40% dei visitatori di Palazzo Bricherasio e dal 36,5% di quelli della GAM. Le elaborazioni mostrano come le due sedi di Palazzo Bricherasio e GAM siano i principali luoghi di attrazione delle preferenze del pubblico: le correlazioni tra tutte le strutture analizzate e i due musei superano quasi sempre il 62%.

Lo stesso tipo di analisi ha riguardato tutti i musei dell'area centrale di Torino, includendo in questo secondo gruppo il Museo Egizio, la Fondazione Palazzo Bricherasio, il Museo Nazionale del Cinema, la Galleria Sabauda, la Fondazione Accorsi, Palazzo Reale, il Museo Nazionale del Risorgimento, il Museo di Antichità, l'Armeria Reale, il Museo Regionale di Scienze Naturali, la Pinacoteca dell'Accademia Albertina delle Belle Arti. L'istituzione che ha i legami più forti con ciascuna delle altre è sempre Palazzo Bricherasio, visitato anche dal pubblico dei musei storici. Al di fuori di questo caso, non si rilevano correlazioni particolarmente forti tra le diverse sedi. Palazzo Bricherasio e, in misura minore, il Museo Nazionale del Cinema (ricordiamo che il museo è stato aperto solo nella seconda parte dell'anno), costituiscono i due elementi catalizzatori dell'attenzione del pubblico all'interno di questo secondo gruppo.

³⁷ All'interno di questa dicitura si trovano imprenditori, dirigenti, liberi professionisti, magistrati, docenti universitari, ecc.

1.3 MOSTRE

L'attività espositiva vivace ed estesa a gran parte dei musei e dei beni culturali è una delle componenti essenziali della crescita di pubblico degli ultimi anni e dell'ottima performance complessiva in termini di affluenze del Sistema Museale Metropolitano per il 2000. Proprio la presenza della mostra all'interno del museo o del bene culturale aperto al pubblico rende impossibile costruire una statistica di affluenza alle mostre distinta e non sovrapposta a quella del pubblico dei musei e dei beni culturali. Tuttavia alcuni dati generali mostrano le dimensioni del fenomeno: 53 sono state le mostre monitorate nell'area metropolitana di Torino, in occasione delle quali presso le sedi ospiti, siano essi musei o beni culturali, sono affluiti più di 860.000 visitatori. La quota relativa al 2000, ovvero escludendo i visitatori dell'anno precedente per le mostre iniziate nel 1999, si attesta su poco più di 670.000 visitatori. I visitatori ricompresi nelle statistiche relative al Sistema Museale Metropolitano in occasione delle mostre ammontano a poco meno di 660.000 visitatori, il 37% rispetto al dato complessivo di quasi 1.785.000 visitatori.

Dunque le mostre come attività costante anche delle istituzioni museali e come strumento forte per fidelizzare un pubblico locale e regionale – in primo luogo – che ha l'effetto tuttavia di costituire un'offerta importante, ricca e strutturata “nel suo complesso” anche quando manca l'evento di dimensioni eccezionali, il *blockbuster* di riferimento internazionale. Nonostante l'assenza dell'acuto di 205.000 visitatori del 1999 fatto registrare dalla mostra “I trionfi del Barocco” alla Palazzina di Caccia di Stupinigi, aumentano gli spettatori nei beni/musei culturali in presenza delle mostre: più di 843.000 per il 2000 confrontabili con i 622.000 del 1999. È pur vero che entrambi i dati comprendono i visitatori relativi ad un breve periodo di apertura di alcune mostre nell'anno precedente, ma in ogni caso lo scorporo dei più dei 658.000 visitatori nel solo 2000 è sempre superiore al dato del 1999 comprendente addirittura una quota di visitatori relativi a mostre iniziate nel 1998.

Emerge quindi una situazione positiva nel suo complesso, che si traduce in risultati di rilievo anche in assenza di eventi mediatici di grande impatto o di singoli eventi eccezionali, situazione cui risponde attivamente la domanda locale e regionale.

Due mostre nel corso del 2000 superano i 50.000 visitatori: “Botero”, organizzata dalla Fondazione Palazzo Bricherasio, che risulta la mostra più visitata con quasi 92.000 presenze, con una media giornaliera di circa 1.000 visitatori, e “Paul Klee” alla GAM con quasi 61.000 presenze e una media di circa 800 visite al giorno. “Pellizza da Volpedo” (86.000 presenze sempre alla GAM) in realtà “sconfina” nel 2000 per i primi sei giorni di gennaio ed è, quindi, da considerare quasi per intero nel 1999.

Segue un gruppo di sei mostre tra 50 e 25.000 visitatori che comprende “La Regina di Saba. Arte e leggenda dallo Yemen” a Palazzo Bricherasio, due mostre della GAM, “Giorgio Morandi” e “Avvistamenti. Pedro Cabrata Reis”, due mostre al Castello di Rivoli, “Arte Povera in collezione” e “Quotidiana”, una mostra a Palazzo Cavour, “Da Segantini a Balla”. Seguono 44 diverse mostre tutte al di sotto dei 25.000 visitatori che nel loro complesso fanno contare più di 386.000 biglietti d'ingresso in confronto ai 238.000 relativi alle prime tre mostre con più di 50.000 ingressi, e alla stessa quota di 238.000 visitatori fatta registrare dal complesso delle sei mostre tra 50 e 25.000 presenze. Emerge qui uno degli aspetti realmente “sistemici” che è alla base del successo del Sistema Museale Metropolitano.

Un confronto allargato alle altre nazioni d'Europa mostra peraltro come non sia così numerosa la presenza di eventi capaci di attirare centinaia di migliaia di visitatori.

Sono 12 le mostre in Europa nel 2000 al di sopra delle 300.000 presenze, delle quali ben quattro al Guggenheim di Bilbao, tra cui la più vista in Europa, “L'Arte della Motocicletta”, e due in Italia. Sempre 12 le mostre in Europa tra 200.000 e 300.000 visitatori di cui tre in Italia, 42 tra i 100.000 e i 200.000 visitatori di cui 12 in Italia, e infine tra le 291 mostre, al di sotto delle 100.000 unità, censite in Europa, ben 175 sono in Italia. Nel nostro paese il pub-

**Tab.6 MOSTRE OSPITATE NEI MUSEI DEL SISTEMA MUSEALE METROPOLITANO
MONITORATI DALL'OCP E IN ALTRE SEDI TORINESI (2000)**

| CITTÀ | SEDE | MOSTRA | PERIODO | | TOTALE VISITATORI COMPLESSIVI | TOTALE VISITATORI 2000 |
|--------|--|--|------------|------------|-------------------------------------|------------------------------|
| | | | INIZIO | TERMINE | | |
| Torino | GAM | Pellizza da Volpedo | 18/09/1999 | 06/01/2000 | 86.138 | 10.099 |
| Torino | Fondazione Palazzo Bricherasio | Pittura Dura | 24/11/1999 | 13/02/2000 | 20.898 | 12.572 |
| Torino | Palazzo Cavour | Da Segantini a Balla ¹ | 02/12/1999 | 27/02/2000 | 33.047 | 33.047 |
| Torino | Museo Regionale di Scienze Naturali | BG Wildlife, Photographer of the Year | 13/12/1999 | 30/01/2000 | 10.310 | 8.762 |
| Torino | Museo Nazionale della Montagna Duca degli Abruzzi | Solitudini Australi - W. Bonatti; Finis Terrae - A. M. De Agostini in Patagonia e Terra del Fuoco | 17/12/1999 | 02/04/2000 | 7.101 | 6.257 |
| Torino | Museo Regionale di Scienze Naturali | I due volti del sapere | 17/12/1999 | 26/03/2000 | 21.064 | 19.725 |
| Torino | Museo dell'Automobile C. Biscaretti di Ruffia | Il mito del Rally | 30/12/1999 | 30/01/2000 | 4.979 | 4.806 |
| Torino | Fondazione Italiana per la Fotografia | Ritratti intorno a un caffè. Families Photographies di Elliot Erwit | 14/01/2000 | 20/02/2000 | 1.158 | 1.158 |
| Torino | GAM | Hans Hartung | 28/01/2000 | 02/04/2000 | 21.933 | 21.933 |
| Rivoli | Castello di Rivoli - Museo d'Arte Contemporanea | Quotidiana | 05/02/2000 | 21/05/2000 | 41.304 | 41.304 |
| Torino | Fondazione Italiana per la Fotografia | Margaret Bourke-White | 02/03/2000 | 28/05/2000 | 5.789 | 5.789 |
| Torino | Fondazione Palazzo Bricherasio | Botero | 03/03/2000 | 18/06/2000 | 91.985 | 91.985 |
| Torino | Museo dell'Automobile C. Biscaretti di Ruffia | Modellismo che passione | 07/03/2000 | 02/04/2000 | 7.141 | 7.141 |
| Torino | Museo di Antichità | Da Roma per gioco ² | 10/03/2000 | 10/05/2000 | 7.449 | 7.449 |
| Torino | Palazzo Cavour | La Contessa di Castiglione | 30/03/2000 | 02/07/2000 | 7.474 | 7.474 |
| Torino | Palazzo Falletti di Barolo | Gli Incas | 07/04/2000 | 17/04/2000 | 425 | 425 |
| Torino | Palazzo Falletti di Barolo | Ex Voto | 12/04/2000 | 20/04/2000 | 249 | 249 |
| Torino | GAM | Giuseppe Pietro Bagetti, pittore di battaglie | 15/04/2000 | 14/05/2000 | 6.353 | 6.353 |
| Torino | GAM | Avvistamenti. Chen Zen | 14/04/2000 | 12/06/2000 | 17.708 | 17.708 |
| Torino | Museo Nazionale della Montagna Duca degli Abruzzi | Argjend. La tradizione dell'argento in Albania e Kosovo | 14/04/2000 | 30/07/2000 | 6.427 | 6.427 |
| Rivoli | Castello di Rivoli - Museo d'Arte Contemporanea | Roni Horn | 20/04/2000 | 18/06/2000 | 19.716 | 19.716 |
| Torino | Museo Regionale di Scienze Naturali | Omaggio a J. W. Goethe. Forme e colori della Natura - Omaggio fotografico di Dario Lanzardo | 06/05/2000 | 03/12/2000 | 17.167 | 17.167 |
| Torino | GAM | Giorgio Morandi | 26/05/2000 | 10/09/2000 | 31.384 | 31.384 |
| Torino | Museo Regionale di Scienze Naturali | Il principe Eugenio di Savoia. Un condottiero dalla visione europea | 23/05/2000 | 19/11/2000 | 3.441 | 3.441 |
| Rivoli | Castello di Rivoli - Museo d'Arte Contemporanea | Merce Cunningham | 30/05/2000 | 10/09/2000 | 11.629 | 11.629 |
| Torino | Fondazione Italiana per la Fotografia | Eugene Omar Goldbeck | 08/06/2000 | 30/07/2000 | 548 | 548 |
| Torino | Fondazione Italiana per la Fotografia presso Fondazione Palazzo Bricherasio | Grand Tour. Le collezioni di fotografia nei musei di Francia | 23/06/2000 | 23/07/2000 | 1.257 | 1.257 |
| Torino | GAM | Avvistamenti. Gerwald Rockenschaub | 30/06/2000 | 27/08/2000 | 12.920 | 12.920 |
| Torino | Museo Nazionale della Montagna Duca degli Abruzzi | 100 scatti per il 2000, 10 fotografi per le montagne del nuovo millennio | 12/08/2000 | 22/10/2000 | 5.621 | 5.621 |
| Torino | GAM | Avvistamenti. Beat Streuli | 09/09/2000 | 05/11/2000 | 15.046 | 15.046 |
| Torino | Fondazione Italiana per la Fotografia | Robert Doisneau. La dolce vista | 12/09/2000 | 05/11/2000 | 5.247 | 5.247 |

| | | | | | | |
|---|--|--|------------|------------|--------------------|--------------------|
| Torino | Fondazione Palazzo Bricherasio | La Regina di Saba. Arte e leggenda dallo Yemen | 27/09/2000 | 07/01/2000 | 48.908 | 48.908 |
| Torino | Museo dell'Automobile C. Biscaretti di Ruffia | Giallo. Poliziesco, Thriller e Detective Story da E. A. Poe ai giorni nostri | 16/09/2000 | 12/11/2000 | 7.594 | 7.722 |
| Torino | R come... conoscere e giocare con i Rifiuti | Dal frigorifero a... | 16/09/2000 | 30/10/2000 | 334 | 334 |
| Torino | R come... conoscere e giocare con i Rifiuti | Il Camaleonte | 16/09/2000 | 30/10/2000 | 334 | 334 |
| Torino | GAM | Mario Merz - Il fiume appare | 30/09/2000 | 15/10/2000 | 2.081 | 2.081 |
| Rivoli | Castello di Rivoli - Museo d'Arte Contemporanea | Mirror's Edge. Il bordo dello specchio | 04/10/2000 | 21/01/2001 | 24.230 | 19.150 |
| Rivoli | Castello di Rivoli - Museo d'Arte Contemporanea | Franz Ackermann | 04/10/2000 | 21/01/2001 | 24.230 | 19.150 |
| Torino | Palazzo Cavour | Luci in galleria. Da Warhol al 2000. Gli artisti di G. E. Sperone fra Europa e America | 06/10/2000 | 14/01/2001 | 12.220 | 9.694 |
| Torino | Palazzo Falletti di Barolo | Abitare i castelli: 1000 anni di incastellamento in Piemonte | 12/10/2000 | 10/12/2000 | 9.174 | 9.174 |
| Torino | Museo di Arti Decorative - Fondazione Pietro Accorsi | La seduzione della natura. Quadri di natura morta in Piemonte tra sei e settecento | 21/10/2000 | 14/01/2001 | 10.035 | 7.664 |
| Torino | GAM | Paul Klee ³ | 26/10/2000 | 21/01/2001 | 60.789 | 45.177 |
| Torino | Museo dell'Automobile C. Biscaretti di Ruffia | Una Storia in Crescendo | 15/11/2000 | 15/03/2001 | 4.168 | 3.087 |
| Torino | Fondazione Italiana per la Fotografia | Aleksandr Rodchenko 1891-1956 - Fotografia e grafica | 16/11/2000 | 14/01/2001 | 3.437 | 2.217 |
| Rivoli | Castello di Rivoli - Museo d'Arte Contemporanea | Nuclei abitativi, segno arte - Archivio on line di Michelangelo Pistoletto | 18/11/2000 | 04/02/2001 | 18.705 | 11.477 |
| Torino | GAM | Avvistamenti. Pedro Cabrita Reis ³ | 25/11/2000 | 21/01/2001 | 41.061 | 25.449 |
| Torino | Museo dell'Automobile C. Biscaretti di Ruffia | Riccardo Cordero - Philip King - Bernard Venet | 06/12/2000 | 21/01/2000 | 2.099 | 1.901 |
| Torino | Castello di Rivoli - Museo d'Arte Contemporanea | Arte Povera in Collezione | 04/12/2000 | 25/03/2001 | 42.743 | 7.408 |
| Torino | Museo Nazionale della Montagna Duca degli Abruzzi | Louis Trenker, il mito della montagna in celluloido | 15/12/2000 | 16/04/2001 | 8.749 | 3.072 |
| Totale mostre nei musei e beni culturali del SMM 49 | | | | | 843.799 | 658.638 |
| Torino | Accademia Albertina di Belle Arti | Massimo Quaglino | 25/05/2000 | 09/07/2000 | 2.455 | 2.455 |
| Torino | GAM presso Promotrice delle Belle Arti | Michelangelo Pistoletto ³ | 18/11/2000 | 04/02/2001 | 1.666 | - |
| Torino | Sala Bolaffi | Enrico Colombotto Rosso | 03/02/2000 | 07/05/2000 | 8.759 | 8.759 |
| Torino | Sala Bolaffi | Francesco Casorati | 22/09/2000 | 12/11/2000 | 6.896 | 6.896 |
| Torino | Cavallerizza Reale | Big | 7/04/2000 | 7/05/2000 | 10.951 | 10.951 |
| Torino | Altre sedi | Big | | | 3.781 ⁴ | 3.781 ⁴ |
| Totale mostre in altre sedi torinesi | | | | | 5 | 34.508 |
| Totale mostre | | | | | 54 | 878.307 |
| Totale mostre in altre sedi torinesi | | | | | 5 | 34.508 |
| Totale mostre | | | | | 54 | 878.307 |

¹ Dato parziale: mancano i visitatori del mese di dicembre.
² Dato parziale: mancano i visitatori dei 10 giorni di maggio.
³ A partire da gennaio 2001, la GAM trasmette mensilmente le affluenze totali di visitatori a tutte le sedi interessate da manifestazioni organizzate dalla GAM tra le quali Villa Remmert di Ciriè e Promotrice delle Belle Arti di Torino.
⁴ Il dato si riferisce ad altri spettacoli/performance a pagamento della Rassegna Biennale Internazionale di Creatività Giovanile realizzata a Torino.

Fonte: elaborazione OCP su dati EtaBeta (gennaio-aprile), Marca (maggio-dicembre), Regione Piemonte - Assessorato alla Cultura - Direzione 32 Settore Mostre

blico presente in questa tipologia supera di poco il complesso delle mostre comprese nelle classi superiori (circa 3.800.000 per le mostre al di sotto dei 100.000 visitatori contro 3.600.000 per il totale delle mostre al di sopra delle 100.000 unità). In altri termini, nel 2000 in Italia sono 17 le mostre che hanno superato i 100.000 visitatori³⁸.

³⁸ I paesi europei presi in considerazione sono: Austria, Danimarca, Francia, Germania, Gran Bretagna, Belgio, Irlanda, Olanda, Portogallo, Spagna, Svezia, Svizzera, Italia. Fonte: "Giornale dell'Arte", n. 196, febbraio 2001. Elaborazione: Osservatorio Culturale del Piemonte.

Tab.7 MOSTRE OSPITATE NEI MUSEI E NEI BENI CULTURALI DEGLI ALTRI COMUNI PIEMONTESI (2000)

| PROVINCIA | CITTÀ | SEDE | MOSTRA | TOTALE VISITATORI | | | |
|--|--|---|---|---------------------|---|---|--------|
| AL | Alessandria | Cittadella Museo Etnografico S. Bartolomeo | Napoleone a Marengo. Dal Mito alla Storia | 3.125 | | | |
| | | | Esposizioni di Modellistica | 1.114 | | | |
| | | | Civiltà a confronto. Artigianato in Burkina Faso | 1.529 | | | |
| | | | Pittrici di ringhiera | 367 | | | |
| | | | Maschere a Venezia | 2.098 | | | |
| | | | Duillio Giacobone | 846 | | | |
| | | | Oh... Snoopy. Omaggio a Charles Schulz | 2.241 | | | |
| | | | Mostra di pittura di Antonio Pavese | 229 | | | |
| | | | Donne: ieri e oggi, forme e colori nell'arte della porcellana | 227 | | | |
| | | | Arte e Ricamo | 577 | | | |
| | | | Le Quattro Stagioni della Porcellana | 682 | | | |
| | | | Totale | 2 | 3 | Intorno al Moncalvo: la donazione di Don Cesare Falaguerra | 597 |
| 12 | 13.632 | | | | | | |
| AT | Asti | Antico Battistero di S. Pietro Ex Chiesa di S. Giuseppe Palazzo Mazzetti | I cavalieri di Malta | 1.238 | | | |
| | | | Maestro del Palio del Giubileo "Ugo Nespolo" ¹ | 2.000 | | | |
| | | | Maestro del Palio del Giubileo "Carlo Carosso" ¹ | 1.000 | | | |
| | | | ACFA | 155 | | | |
| | | | Asti com'era - Asti com'è | 217 | | | |
| | | | Mostra di Primavera | 272 | | | |
| | | | Delfino Marengo | 252 | | | |
| | | | Acquisizioni e Restauri 1992-2000 ¹ | 5.000 | | | |
| | | | Mostra d'autunno | 354 | | | |
| | | | Le foreste del Piemonte | 368 | | | |
| | | | Totale | 1 | 3 | 10 | 10.856 |
| | | | BI | Oropa Biella | Santuario d'Oropa Fondazione Pistoletto Palazzo Ferrero Chiostrò S. Sebastiano Museo del Territorio - Chiostrò S. Sebastiano Quartiere Chiavazza Palazzi storici nel quartiere Piazza Chiostrò S. Sebastiano Sedi varie BVO - Quartiere Piazza Chiostrò S. Sebastiano | La Spiritualità nell'arte. Da Boccioni a Serrano ¹ | 30.000 |
| Paesaggi fluttuanti. Artisti tra pittura e fotografia ¹ | 15.000 | | | | | | |
| Arte al Centro 2000 ¹ | 2.000 | | | | | | |
| Artisti a Palazzo Ferrero | 2.000 | | | | | | |
| Vedere la musica | 500 | | | | | | |
| L'oro degli Incas | 1.500 | | | | | | |
| Passaggi a Nord-Ovest | 150 | | | | | | |
| Andiamo al Piazza | | | | | | | |
| | 7.000 | | | | | | |
| Stampe di Maestri | 2.140 | | | | | | |
| Photografica | 3.500 | | | | | | |
| Renard, prince de l'entre-deux | 504 | | | | | | |
| Pippo Pozzi | 860 | | | | | | |
| Totale | 2 | 11 | 12 | 65.154 | | | |
| CN | Barolo Bra Cuneo Dronero Guarene d'Alba Saluzzo | Castello di Barolo Centro Polifunzionale Culturale "G. Arpino" Fondazione Cassa di Risparmio di Bra Museo Civico di Cuneo Museo Mallé Palazzo Re Rebaudengo Museo Civico Casa Cavassa | Braque e Picasso ¹ | 2.300 | | | |
| | | | Mino Rosso e il Futurismo in Piemonte ¹ | 1.500 | | | |
| | | | Il Dio Pan è morto | 189 | | | |
| | | | L'ora del Tempo | 913 | | | |
| | | | James Hyde | 48 | | | |
| | | | Emil, Mihaela e altre storie | 2.400 ² | | | |
| | | | Guarene Arte 2000 | | | | |
| | | | Giuseppe Gabellone | | | | |
| | | | Luigi Mainolfi | 3.255 | | | |
| | | | Le terrecotte del Marchesato | 2.886 | | | |
| | | | Creazioni della Memoria | | | | |
| | | | Totale | 6 | 7 | 11 | 13.491 |
| NO | Novara | Civiche Raccolte del Broletto | La via della Croce | 29 | | | |
| | | | Centro Culturale d'Arte. La Canonica | 147 | | | |
| | | | Gli occhi di un'epoca | 262 | | | |
| | | | Francesco Leale 1920-1998 | 8 | | | |
| | | | Totale | 1 | 1 | 4 | 446 |

| PROVINCIA | CITTÀ | SEDE | MOSTRA | TOTALE VISITATORI | | |
|-----------------|--|------------------------|---|-----------------------|---|---------------|
| TO | Caravino | Castello di Masino | Il Castello dei Balocchi | 17.618 | | |
| | | | II Biennale d'Arte Tessile - "Trame d'Autore" | 2.300 | | |
| | Chieri | Imbiancheria del Vajro | Memorie di Carta | 870 | | |
| | | | Chagall e la Bibbia ¹ | 3.000 | | |
| | Collegno | Certosa Reale | Pittura come Mito: 24 pittori a Collegno ¹ | 1.000 | | |
| | | | Immagini della Musica ¹ | 200 | | |
| | | | Reperti brasiliani ¹ | 500 | | |
| | | | Terzo Concorso Fotografico Naturalistico ¹ | 500 | | |
| | | | Massimo Viretti, personale ¹ | 300 | | |
| | | | Francisco Goya "I Capricci" ¹ | 3.000 | | |
| | | | Collegno Fotografia ¹ | 3.500 | | |
| | | | Enrico Galasso, Dipinti & Disegni ¹ | 500 | | |
| | | | C'era una volta ¹ | 1.000 | | |
| | | | Novembre a colori ¹ | 1.000 | | |
| | | | Francisco Goya "I disastri della guerra" ¹ | 4.000 | | |
| | | | Rivara | Castello di Rivara | Colletiva. Opere di Cecile Johnson Soliz, Axel Hütte e Andreas Schön | 123 |
| | | | | | Callà, Di Maria, Laganà, Rolando: cinque racconti al Castello di Rivara | 63 |
| | | | | | Dieci anni di Mostre a Massello | 1.180 |
| | | | Torre Pellice | Museo Storico Valdese | Francesca Moretti | 3.051 |
| | | | | | Una finestra su... Le Cevenne dei Camisardi e del Deserto | 2.397 |
| | Una finestra su... Le Cave di Luserna nelle immagini di Giovanni Turin | 818 | | | | |
| | Centogiornialduemila | 203 | | | | |
| | Provenza: ritmo e danza | 650 | | | | |
| | Mostra D. Musei | 231 | | | | |
| <i>Totale</i> | <i>5</i> | <i>6</i> | | | <i>24</i> | <i>48.004</i> |
| VC | Vercelli | Museo Leone | | | Francesco Leale | 454 |
| <i>Totale</i> | <i>1</i> | <i>1</i> | <i>1</i> | <i>454</i> | | |
| Piemonte | 18 | 32 | 74 | 152.037 | | |

¹ Il dato è una stima degli organizzatori.
² Il dato si riferisce alle tre mostre tenutesi a Palazzo Re Rebaudengo.

Fonte: elaborazione OCP su dati EtaBeta (gennaio-aprile), Marca (maggio-dicembre) e Assessorati alla Cultura delle Città di Alessandria, Asti, Bra, Biella, Collegno e Chieri

La presenza di mostre a Torino capaci di una attrazione di molto superiore alle 100.000 unità si configura in questo quadro più come una esigenza legata a strategie di promozione della città a livello nazionale e internazionale che non come opportunità per la promozione del Sistema Museale Metropolitano, che invece ha trovato nel ventaglio delle proposte differenziate una valida strada di promozione e fidelizzazione del pubblico. La distinzione non è marginale: stante l'ovvia importanza legata all'organizzazione di grandi eventi internazionali, i risultati dell'anno 2000 a Torino, specie in rapporto al 1999, mostrano come una politica di valorizzazione e sviluppo del Sistema possa percorrere efficacemente anche strade alternative con forti riscontri di pubblico, e come il grande evento non sia l'unico strumento disponibile per innalzare i livelli di fruizione.

Un discorso a parte merita Big 2000 – Rassegna Biennale Internazionale di Creatività Giovanile – organizzata dalla Città di Torino, dalla Provincia di Torino, dalla Regione Piemonte con il contributo dell'Unione Europea e di numerosi attori istituzionali e privati. La manifestazione, che ha avuto luogo tra il 7 aprile e il 7 maggio 2000, prevedeva una

³⁹ L'indagine è stata condotta sul pubblico delle seguenti mostre: "Man Ray. La costruzione dei sensi" (GAM, ottobre 1995-gennaio 1996); "Il tesoro della città. Opere d'arte e oggetti preziosi da Palazzo Madama" (Palazzina di Caccia di Stupinigi, marzo-ottobre 1996); "Alighiero Boetti. 1965-1994" (GAM, maggio-settembre 1996); "La Magia dell'immagine. Macchine e spettacoli prima dei Lumière nelle collezioni del Museo Nazionale del Cinema" (Promotrice delle Belle Arti, novembre 1996-aprile 1997); "Mario Gabinio. Dal paesaggio alla forma. Fotografie 1890/1938" (GAM, novembre 1996-febbraio 1997); "Torino Parigi New York Osaka. Tapié. Un art autre" (GAM, marzo-giugno 1997); "Antonio Fontanesi. 1818-1882" (GAM, giugno-novembre 1997); "Chagall e il suo ambiente. Gli anni russi" (GAM, novembre 1997-marzo 1998); "Sentieri tortuosi. Bruce Chatwin fotografo" (GAM, maggio-settembre 1998); "Gli orientalisti italiani. Cento anni di esotismo. 1830-1940" (Palazzina di Caccia di Stupinigi, settembre 1998-gennaio 1999); "Napata e Meroe. Templi d'oro sul Nilo" (Promotrice delle Belle Arti, marzo-giugno 1999).

⁴⁰ I dati relativi alle 11 mostre si riferiscono complessivamente a 7.237 questionari.

⁴¹ L'indagine è stata condotta sulla base di un progetto predisposto dal dottor Carlo Lasagni ed eseguita con il CUM - Club Universitari per il Marketing - associato al Club Dirigenti Marketing dell'Unione Industriale di Torino.

mostra contenente i lavori e le installazioni dei giovani artisti presso la Cavallerizza Reale e una serie di eventi e manifestazioni in altri spazi e luoghi della città di cui molti all'aperto e ad ingresso gratuito. Al di là dei 14.732 spettatori paganti, il comitato organizzatore stima in circa 150.000 le presenze in regione comprendendo circa 30.000 studenti partecipanti alla sezione Big Scuole (sezione speciale dedicata alle scuole presso il Lingotto, in una cifra tra i 15 e i 20.000 i partecipanti a Big Off, rassegna di artisti torinesi e piemontesi in spazi pubblici e all'aperto, quasi 1.500 persone alla sezione gastronomica al Ristorante delle Nazioni e la restante quota nelle manifestazioni di piazza e Onda Big, a Torino e in regione. In realtà la partecipazione alla mostra allestita nei locali della Cavallerizza assume un ruolo "minoritario" rispetto al complesso delle iniziative che configurano più una dimensione festivaliera e di happening che non di una mostra tradizionale.

Al livello regionale, al di fuori dell'area metropolitana torinese l'OCP ha censito 74 mostre per un totale di 152.000 visitatori nei musei/beni ospitati nel periodo corrispondente. Solo 5 su 74 si collocano al di sopra dei 5.000 visitatori, nonostante il dato complessivo sia tutt'altro che trascurabile. Si tratta di una offerta diffusa sul territorio provinciale che trova nel pubblico prevalentemente locale o nei periodi estivi le maggiori risposdenze. Né potrebbe essere diversamente: l'attività espositiva risente fortemente dei valori della centralità urbana, della massa critica degli eventi proposti, degli effetti di sistema prodotti dalle aree metropolitane, ed è in qualche modo "naturalmente" urbanocentrica. Sta del resto nelle funzioni di capoluogo la messa a disposizione di un'offerta forte e strutturata che guardi al territorio regionale e sia capace di attrarre pubblico dalle aree provinciali sfruttando le economie di agglomerazione, le polarità e le capacità di attrazione di livello superiore. Semmai si pone il problema di una messa in regia delle proposte presenti nel Sistema Museale Metropolitano con l'offerta nei territori provinciali, per sfruttare appieno le potenzialità di una programmazione dell'offerta differenziata e dimensionata a diversi livelli, che cominci a guardare anche al pubblico dei turisti che nei mesi estivi visitano il Piemonte alla ricerca di una qualità complessiva del territorio, del paesaggio, del modo di vivere, che comprende al suo interno un'offerta culturale forte e articolata a diversi livelli.

Il pubblico delle mostre: un'indagine "storica" condotta dal Settore Beni Culturali e Mostre della Città di Torino

L'indagine sul pubblico di undici mostre³⁹ condotta, tra il 1995 e il 1999, dal Settore Beni Culturali e Mostre della Divisione Servizi Culturali della Città di Torino attraverso questionari compilati dall'utenza⁴⁰ pone in evidenza come il profilo dei visitatori delle mostre indagate risulti essere quello di un gruppo omogeneo di consumatori culturali (di libri, riviste e periodici, di spettacoli, visite ai musei, ecc.)⁴¹.

Si tenga presente che i profili dei pubblici delineati e sintetizzati in questo paragrafo sono frutto di un'indagine "storica", condotta lungo un arco temporale durato un quadriennio, il cui obiettivo era rappresentato da un approfondimento qualitativo sul pubblico delle mostre. L'elaborazione quindi non ha preso in considerazione elementi di evoluzione nel corso del tempo: la precisazione è utile poiché la sensazione attuale è che vi sia un allargamento della fruizione e dei bacini di riferimento. Proprio l'indagine, che qui viene riassunta in modo estremamente schematico, costituirà per il futuro una pietra di paragone per valutare le differenze, le dinamiche, le variazioni del pubblico delle mostre⁴².

I profili dei pubblici delle mostre

Si può parlare di una condizione assolutamente generalizzata che vede emergere un visitatore informato, che conosce l'argomento della mostra prima di visitarla e che considera la

visita ad una mostra non solo come momento culturale, ma anche come occasione per stare in compagnia: il partner, gli amici, i figli, a seconda della fascia di età cui l'utente appartiene, sono gli accompagnatori privilegiati.

Il pubblico risulta costituito in prevalenza da donne (il 58,6%). Si tratta inoltre principalmente di un pubblico adulto, in età lavorativa (il 65,1% ha età compresa tra i 25 e i 54 anni), con un elevato titolo di studio (il 42,6% dei visitatori è laureato e il 48,6% possiede un diploma di scuola superiore)⁴³.

Per quanto riguarda le professioni, i visitatori sono principalmente appartenenti alle seguenti categorie: impiegati, insegnanti, ceti superiori (liberi professionisti, dirigenti, imprenditori, docenti universitari), studenti.

La promozione

Pubblicità stradale, locandine nei negozi, manifesti sui mezzi pubblici risultano i più efficaci mezzi di comunicazione e promozione dell'evento mostra. La strada è stata la porta per la conoscenza dell'evento soprattutto per alcune categorie di utenza: studenti (in special modo universitari), lavoratori dipendenti, ceti superiori. Gli articoli sui quotidiani, più che gli annunci pubblicitari sulla stampa o gli articoli su riviste, sono stati il mezzo più attrattivo ed efficace a coinvolgere e far conoscere gli eventi al pubblico di fascia più adulta, oltre i 55 anni, principalmente costituita da pensionati, che risultano essere i più affezionati lettori di quotidiani. Il passaparola di amici, parenti e conoscenti è stato un mezzo fondamentale per portare al museo i più giovani e coloro che risiedono più lontano.

Modalità di visita

Le mostre sono state visitate preferibilmente nei week-end, ma si rilevano differenze in base all'età dell'utente: sono i più giovani che avendo maggiori opportunità di gestione del tempo libero preferiscono andare al museo durante la settimana.

La durata della visita è stata per tutte le mostre più o meno simile, variabile dall'ora e mezza all'ora e tre quarti.

La maggior parte dei visitatori è entrata al museo con biglietto intero.

Se le mostre temporanee in alcuni casi hanno influenzato il visitatore, inducendolo a continuare il proprio percorso di visita alle esposizioni permanenti, l'effetto contrario è raro: le collezioni permanenti sembrano non aver trainato in modo consistente i visitatori alle esposizioni temporanee.

Analizzando nel dettaglio i dati, utilizzando come variabile discriminante l'età, sono emersi quattro gruppi principali di pubblico:

- 1) Età compresa tra i 15 e i 24 anni (principalmente studenti, prevalenza femminile, grandi lettori di libri ma non di quotidiani, consumatori di cinema e frequentatori di musei, preferenza per le visite nei giorni infrasettimanali): i giovani sembrano più attratti da un lato da mostre monografiche su artisti noti, spesso argomento di studio, dall'altro dai temi di maggiore interesse e intrattenimento, come il cinema. La pubblicità stradale (il 53,5%) e il passaparola di amici e parenti (il 26,8%) costituiscono il mezzo di comunicazione più valido. L'85,9% del totale dei giovani si è recato alla mostra accompagnato, principalmente da amici o colleghi o dal partner.
- 2) Età compresa tra i 25 e i 34 anni (principalmente impiegati e liberi professionisti, prevalenza femminile, alta scolarità, lettori di quotidiani, riviste e libri, grandi consumatori di cinema, e frequentatori di musei, specie di arte contemporanea, arte antica e fotografia, preferenza per le visite nei fine settimana): gli appartenenti al gruppo dimostrano di avere gusti diversificati e di abbinare la scelta di un nome famoso o di un argomento conosciuto, interessi più sofisticati. Visitano la mostra preferibilmente con il partner e gli amici. Pubblicità stradale (54,4%) e articoli e pubblicità su quotidiani e riviste (27,1%) risultano i mezzi di comunicazione più validi.

⁴² Le indagini previste per il futuro utilizzeranno sostanzialmente lo stesso modello di questionario, con poche variazioni, in modo tale da garantire la confrontabilità dei dati e l'accumulazione di serie storiche.

⁴³ I risultati riportati di seguito si riferiscono in particolare al pubblico delle otto mostre svoltesi tra il 1997 e il 1999, di cui l'Osservatorio Culturale del Piemonte ha analizzato i questionari. I dati delle mostre svoltesi tra il 1995 e il 1996, analizzati dallo Studio TOTE di Padova, seppur di natura diversa, evidenziano tuttavia caratteristiche analoghe.

- 3) Età compresa tra i 35 e i 54 anni (il gruppo più rappresentato, pari al 37,2% dei visitatori complessivi, principalmente lavoratori dipendenti, con alta percentuale di insegnanti e appartenenti ai ceti superiori, alta scolarità, grandi lettori di libri e quotidiani, minor frequenza di cinema e musei rispetto ai gruppi precedenti, preferenza per le visite domenicali): prevale la visita alle mostre di maggior richiamo come Chagall e Napata e Meroe e a quelle di arte moderna. La pubblicità stradale (44,6%), articoli e pubblicità su quotidiani e riviste (37,3%) sono stati i mezzi di informazione principali. Visitano la mostra sempre in compagnia, preferibilmente con il partner, gli amici o i figli.
- 4) Età oltre i 55 anni (prevalenza di non occupati – pensionati, casalinghe – a fianco dei ceti superiori; livello scolastico più basso rispetto al gruppo precedente con consumi culturali fuori casa leggermente inferiori rispetto agli altri gruppi ed elevati consumi in casa, soprattutto lettura di quotidiani; sebbene la domenica risulti il giorno in cui si polarizzano più visite, non si registra una preferenza per un particolare giorno della settimana): prevale la visita alle mostre dedicate ad artisti dell'Ottocento e della prima metà del Novecento. Per l'informazione hanno un ruolo molto importante articoli e pubblicità su riviste e quotidiani (49,6%), un minore effetto il passaparola (17,9%). Visitano la mostra in compagnia, con il partner, gli amici o i parenti.

I bacini di utenza

L'analisi puntuale dei consumi culturali dei visitatori delle mostre ha permesso di rapportare in vario modo il pubblico in esame alle statistiche nazionali sul consumo culturale, e più nello specifico, alla situazione regionale, riclassificando i dati per consentire una congruenza e un raffronto con le indagini multiscopo dell'ISTAT.

Si è arrivati così ad una indicazione indiretta del bacino di riferimento provinciale rispetto alle attività espositive, analizzando le quote di popolazione che mostrano comportamenti e consumi analoghi a quelli rilevati per il pubblico delle mostre.

Si arriva ad una stima compresa tra 130.000 e 200.000 persone nella provincia di Torino, all'interno della quale le fasce di consumo più alto sono effettivamente "drenate" quasi per intero dall'offerta rappresentata dalle mostre analizzate nel quadriennio. Com'è ovvio le possibilità di espansione del bacino aumentano verso le fasce a consumi culturali più deboli, che rappresentano una delle sfide per il marketing di mostre e musei.

Proprio i dati di affluenza delle mostre e dei musei degli ultimi anni indicano elementi di dinamismo sul fronte della domanda che potrebbero incidere significativamente sull'allargamento del bacino d'utenza: sarà questo sicuramente uno degli interrogativi a cui dare risposta nelle prossime indagini.

1.4 SALONI

Nel 2000 il Lingotto Fiere ha ospitato 13 manifestazioni fieristiche visitate da 1.039.237 visitatori. Tra questi eventi, la Fiera del Libro ha visto la partecipazione di 184.652 persone (circa il 18% dei visitatori delle 13 fiere), con una riduzione del 3,3% rispetto al numero dei partecipanti alla scorsa edizione. Si tratta della fiera culturale più visitata tra quelle realizzate nello scorso anno a Torino, la cui forte rilevanza a livello nazionale è al centro di progetti per un futuro potenziamento.

Per quanto riguarda il Salone del Gusto, manifestazione a carattere biennale, la segnalazione in questo contesto è conseguente non solo all'emergere della consapevolezza di come qualità, abitudini, tradizioni legate all'alimentazione rappresentino espressioni culturali di rilevante interesse, ma anche in virtù della connessione sempre più evidente nella promozione dei differenti territori regionali tra enogastronomia e beni culturali, spettacolo, o, più in generale dell'alleanza tra la cultura dell'alimentazione, il paesaggio e le altre manifestazioni culturali. I visitatori al Salone del Gusto sono stati nel 2000 circa 130.000 (il 13% dei visitatori alle 13 fiere) con un aumento di quasi il 2% rispetto l'edizione precedente.

Artissima, allestita presso Palazzo Nervi, continua a crescere sia rispetto al pubblico presente (25.000 persone, quasi il 9% in più rispetto al 1999), sia per ciò che concerne le gallerie espositrici, incrementate del 15% rispetto a quelle presenti nella scorsa edizione. Artissima rappresenta per dimensione di pubblico la seconda fiera italiana nell'ambito dell'arte contemporanea, subito dopo Artefiera di Bologna che nel 2000 ha fatto registrare 36.000 presenze.

I visitatori totali delle manifestazioni fieristiche a carattere culturale in Torino sono stati 339.652, in lieve aumento rispetto al 1999.

Il Salone della Musica risulta sospeso a partire dal 2000.

Tab.8 VISITATORI DEI SALONI: CONFRONTO 1998-2000

| | 1998 | 1999 | 2000 | VARIAZIONI ASSOLUTE | | VARIAZIONI % | |
|-------------------------------|----------------|----------------|----------------|---------------------|--------------|---------------|-------------|
| | | | | 1998-1999 | 1999-2000 | 1998-1999 | 1999-2000 |
| Artissima | 22.000 | 23.000 | 25.000 | 1.000 | 2.000 | 4,55 | 8,70 |
| Fiera del Libro | 210.000 | 191.000 | 184.652 | -19.000 | -6.348 | -9,05 | -3,32 |
| Musica 2000 | 170.000 | 121.000 | sospeso | -49.000 | - | -28,82 | - |
| Salone del Gusto ¹ | 126.853 | - | 130.000 | - | - | - | - |
| Totale | 528.853 | 335.000 | 339.652 | -193.853 | 4.652 | -36,66 | 1,39 |

¹ Il Salone del Gusto è una manifestazione a carattere biennale. L'edizione del 2000 ha attestato un incremento di circa il 2,5% (pari a 3.147 visitatori in più) rispetto al 1998.

Fonte: elaborazione OCP su dati Rebus Srl, Fiera del Libro, Salone della Musica, Slow Food

1.5 LO SPETTACOLO DAL VIVO

Nel 1999 la spesa per lo spettacolo in Piemonte è stata indicata dalla SIAE in poco meno di 682 miliardi, corrispondente a una spesa pro capite di quasi 159.000 lire, un poco superiore alla media italiana (141.000 lire), ma lontano dai livelli di spesa di altre regioni come l'Emilia Romagna (più di 230.000 lire) o la Toscana e il Veneto (tra le 180.000 e le 190.000 lire). È vero che la spesa per tutti gli spettacoli raggruppa i costi sostenuti per ballo, sale giochi, canone televisivo, cinema e sport in una sola voce aggregata: ma la situazione non migliora se si prende in esame il solo spettacolo dal vivo, ovvero le attività teatrali e musicali. La spesa complessiva per lo spettacolo dal vivo in Piemonte è quasi un terzo di quella relativa a tutti gli spettacoli, poco più di 55 miliardi e la spesa pro capite fa segnare 12.876 lire, al di sotto delle 13.500 lire della media italiana. Se nell'interpretazione del dato si deve scegliere tra una spiegazione che si fonda sul contenimento dei prezzi dello spettacolo, un problema di contenimento dell'offerta e un problema di dimensione della domanda, sembra quest'ultima la proposizione più convincente. Il numero di biglietti per cento abitanti (55), se si eccettua la Valle d'Aosta, è il più basso dell'Italia settentrionale (in media 66). Tuttavia il numero di spettacoli, se rapportato alla popolazione, non appare sottodimensionato. Nel 1999 si registra in termini statistici uno spettacolo ogni 460 residenti in Piemonte, mentre la Lombardia è di poco superiore, uno spettacolo ogni 455 abitanti, ma con 66 biglietti venduti ogni cento abitanti e una spesa pro capite di quasi 170.000 lire. Tendenzialmente Liguria e Veneto (in media uno spettacolo per poco più di 500 abitanti) hanno una offerta più contenuta rispetto alla popolazione, ma una spesa pro capite attorno alle 20.000 lire (per il Veneto incide fortemente la presenza dell'Arena di Verona) e un numero superiore di biglietti venduti per cento abitanti.

La riprova che si tratta di un problema di contenimento della domanda viene dal fatto che è la media di biglietti per spettacolo ad essere nettamente più bassa in Piemonte: 253 biglietti venduti per ciascun spettacolo rappresenta il dato più basso dell'Italia settentrionale, contro una media di 282.

A differenza del meccanismo di incremento delle visite a musei e beni culturali che pare essersi innescato negli ultimi anni a Torino e in regione, la dimensione della domanda sembra rappresentare un vincolo effettivo all'espansione delle attività di spettacolo dal vivo. Tuttavia è anche da sottolineare la qualità dei dati a disposizione: mentre per musei e cinema si dispone di dati estremamente disaggregati, sede per sede, trasmessi praticamente in tempo reale, per lo spettacolo dal vivo nel suo complesso occorre fondare le elaborazioni sui dati SIAE normalmente disponibili l'anno successivo al rilevamento e assai aggregati. Dunque una serie di tendenze anche relative a numeri piccoli, positive o negative che siano, sono rilevabili nei dati "a grana fine" direttamente trasmessi all'OCP, mentre sono molto più difficilmente individuabili nei dati aggregati disponibili per lo spettacolo nel suo complesso. Il confronto tra i due ordini di dati risulta quindi difficoltoso e rischia in qualche caso di essere fuorviante.

Per queste ragioni, prima di descrivere la situazione regionale nel dettaglio si è approfondito il problema della dimensione della domanda dello spettacolo dal vivo a Torino e in Piemonte attraverso due tipi di confronti:

- Un confronto geografico, tra regioni e ambiti metropolitani individuati sia nei confini delle rispettive province, sia nei territori comunali delle 12 principali città. L'interesse risiede nella verifica dei livelli di consumo dello spettacolo, ma il set di indicatori utilizzato comprende altri consumi culturali (lettura di quotidiani, libri, frequenza a mostre e musei, ecc.) per analizzare sui dati aggregati disponibili a livello nazionale e regionale la posizione del Piemonte e di Torino rispetto alla domanda più allargata di consumi culturali.
- Un confronto storico sulla serie di dati riguardanti lo spettacolo nell'ultimo decennio per apprezzare concordanze e scostamenti rispetto alle dinamiche di consumo nazionali e l'evoluzione dei livelli di domanda.

Spettacolo dal vivo e altri consumi culturali: un confronto tra regioni, province, città

Per collocare Torino e il Piemonte in un contesto più ampio e in rapporto alle altre regioni italiane si utilizzano in questa sede le principali variabili disponibili a scala nazionale e alcuni “set” di indicatori fortemente aggregati. Ciò consente uno sguardo d’insieme con dati generali tra loro confrontabili e che forniscono i principali ordini di grandezza. Si tratta di confronti a tre scale diverse: regioni, province (relative alle 12 aree metropolitane) e comuni capoluogo delle aree metropolitane. Ai livelli di scala più alta – regioni e province – si riportano dati di consumo relativi anche ad altri generi oltre allo spettacolo, come la lettura o la visita a mostre e musei per fornire confronti su di una domanda più allargata, mentre alla scala comunale il confronto si incentra sullo spettacolo dal vivo.

Nel confronto tra regioni – per fornire un primo quadro generale – si è scelto di comparare alcuni indicatori riguardanti la lettura di quotidiani e periodici, la spesa pro capite per spettacoli e cinema, la percentuale di popolazione che legge libri e frequenta musei. Il risultato della giustapposizione di queste differenti informazioni per tutte le regioni è riassunto nella tabella 9 (per la situazione in dettaglio si veda l’Appendice).

Emerge una posizione del Piemonte che oscilla attorno alla metà della classifica, mediamente tra l’ottavo e l’undicesimo posto per intensità dei consumi rispetto alle 20 regioni italiane. È già questo un indicatore significativo di una tendenza al contenimento della spesa per consumi culturali da parte della popolazione: tutti gli indicatori infatti riguardano la spesa o l’intensità di consumo dei residenti. Gli abitanti di una delle regioni di maggior sviluppo econo-

Tab.9 CONSUMI CULTURALI NELLE REGIONI ITALIANE (1999)

| REGIONE | POPOLAZIONE 1999 | DIFFUSIONE PER ABITANTE | | SPESA PER ABITANTE (IN LIRE, 1999) | | | % PERSONE > 6 ANNI | |
|-----------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|------------------------------------|------------------------------------|--------|--------------------------|-------------------------|
| | | QUOTIDIANI 1997 | SETTIMANALI 1997 | SPETTACOLO | ATTIVITÀ TEATRALI E MUSICALI | CINEMA | LETTURA LIBRI 1998 | MUSEI MOSTRE 1998 |
| Piemonte | 4.288.051 | 38,3 | 20,8 | 158.969 | 12.876 | 18.246 | 46,2 | 28,8 |
| Valle d’Aosta | 119.993 | 46,0 | 30,2 | 134.726 | 7.617 | 13.903 | 50,7 | 29,8 |
| Lombardia | 9.028.913 | 48,3 | 19,6 | 168.063 | 18.330 | 21.502 | 52,0 | 34,6 |
| Trentino-Alto Adige | 929.574 | 67,6 | 18,8 | 140.501 | 13.409 | 13.142 | 51,6 | 39,6 |
| Veneto | 4.487.560 | 39,5 | 18,1 | 189.194 | 20.466 | 18.452 | 47,8 | 35,3 |
| Friuli-Venezia Giulia | 1.183.916 | 59,6 | 20,3 | 157.031 | 19.912 | 16.372 | 51,8 | 35,7 |
| Liguria | 1.632.536 | 64,8 | 23,4 | 163.694 | 19.367 | 24.211 | 49,3 | 28,4 |
| Emilia-Romagna | 3.959.770 | 52,9 | 18,9 | 232.974 | 17.759 | 29.135 | 46,5 | 30,3 |
| Toscana | 3.528.563 | 48,1 | 15,1 | 184.792 | 16.130 | 27.508 | 47,0 | 30,8 |
| Umbria | 832.675 | 31,2 | 11,2 | 149.107 | 14.399 | 14.786 | 37,8 | 25,1 |
| Marche | 1.455.449 | 30,5 | 12,4 | 150.566 | 14.352 | 19.562 | 35,8 | 23,2 |
| Lazio | 5.255.028 | 51,2 | 13,1 | 152.306 | 21.000 | 28.407 | 45,3 | 27,7 |
| Abruzzo | 1.277.330 | 20,8 | 9,0 | 120.111 | 5.412 | 14.336 | 36,3 | 21,4 |
| Molise | 328.980 | 12,1 | 5,7 | 82.172 | 1.727 | 7.386 | 32,2 | 18,4 |
| Campania | 5.792.580 | 19,1 | 6,1 | 74.861 | 7.811 | 10.685 | 30,3 | 21,0 |
| Puglia | 4.086.422 | 18,3 | 6,5 | 86.763 | 4.694 | 9.782 | 32,3 | 15,7 |
| Basilicata | 607.853 | 17,5 | 7,0 | 69.512 | 2.218 | 4.181 | 31,9 | 16,0 |
| Calabria | 2.064.718 | 22,4 | 5,8 | 70.611 | 3.081 | 4.787 | 30,5 | 15,5 |
| Sicilia | 5.098.234 | 18,6 | 7,9 | 81.057 | 7.215 | 10.194 | 28,5 | 15,6 |
| Sardegna | 1.654.470 | 46,3 | 15,6 | 115.207 | 6.546 | 8.711 | 42,1 | 25,8 |
| Italia | 57.612.615 | 37,9 | 14,1 | 141.060 | 13.518 | 17.911 | 41,9 | 26,7 |

Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT, *Indagine Multiscopo 1998, Cultura, socialità e tempo libero*, SIAE, *Il Quaderno dello spettacolo in Italia. Statistiche 1999* ISTAT, *Statistiche culturali, 1997*

mico e di maggior ricchezza in Italia mostrano una attenzione e una disponibilità di spesa per la cultura tutto sommato limitata. Spicca, come già rilevato in precedenza, il livello di spesa pro capite per attività teatrali e musicali inferiore al dato nazionale: le poco più di 12.800 lire del Piemonte contro le 13.500 in Italia. Approfondendo i dati dello spettacolo al livello regionale, ne consegue che in Piemonte la spesa media per la prosa – pur se di poco – è inferiore alla media nazionale (3.658 contro il dato nazionale di 3.764), così come la spesa pro capite per la lirica (1.805 contro 2.127). Poco sopra la media nazionale la musica classica, la musica leggera e il cinema. La media di coloro che, essendo maggiori di sei anni, si recano almeno una volta nell'anno a vedere una mostra o un museo (28,8%) è di due punti percentuali al di sopra della media nazionale è ciò pone il Piemonte in ottava posizione rispetto alle altre regioni; è al decimo posto per la lettura di libri e per diffusione dei quotidiani tra la popolazione, mentre è al terzo posto per diffusione dei settimanali, il che rappresenta l'indicatore maggiormente positivo all'interno del set utilizzato.

Lo "schiacciamento" dei valori pro capite attorno alle medie nazionali assume maggior risalto nei casi in cui a sua volta il dato nazionale riflette ritardi rispetto ad altri paesi europei: se il 46,2% della popolazione piemontese superiore ai sei anni ha letto almeno un libro negli ultimi dodici mesi, contro il 41,9% in Italia, la percentuale di francesi al di sopra dei 15 anni che hanno letto almeno un libro negli ultimi dodici mesi si attestava per il 1997 al 74%. È pur vero che i dati non sono esattamente comparabili e che i metodi di raccolta sono differenti, ma il distacco appare comunque significativo.

Sembra di leggere una distanza, sebbene meno marcata, tra Francia-Italia-Piemonte anche per ciò che concerne la visita ai musei: il 33% dei francesi sopra i 15 anni si è recato almeno una volta all'anno ad un museo, mentre un altro 25% ha visitato almeno una mostra. Non è facile valutare esattamente la differenza con il dato italiano (26,7%) e con quello piemontese (28,8%) in quanto si tratta in questo caso della popolazione superiore ai sei anni che ha visitato almeno una mostra o un museo, non considerati separatamente.

Se si prende in considerazione la spesa totale di spettacolo della popolazione al posto della spesa pro capite, allora il Piemonte oscilla tra la quinta e la sesta posizione, in forza soprattutto della quantità di popolazione (poco meno di 4.300.000 abitanti, al sesto posto nella graduatoria delle regioni più popolate). Tuttavia Emilia-Romagna e Toscana, seppure meno popolate, sopravanzano il Piemonte anche per ciò che concerne la spesa assoluta relativa-

Tab.10 CONSUMI CULTURALI NELLE PROVINCE RELATIVE ALLE AREE METROPOLITANE (1999)

| AREE METROPOLITANE (DATI PROVINCIALI) | POPOLAZIONE 1999 | DIFFUSIONE PER ABITANTE | | SPETTACOLO | SPESA PER ABITANTE (IN LIRE, 1999) | | | | | |
|--|---------------------|-------------------------|---------------------|------------|------------------------------------|-------|--------------------|-------------------|--------|--------|
| | | QUOTIDIANI 1997 | SETTIMANALI 1997 | | ATTIVITÀ TEATRALI E MUSICALI | PROSA | MUSICA CLASSICA | MUSICA LEGGERA | LIRICA | CINEMA |
| Bologna | 913.119 | 52,0 | 23,2 | 281.560 | 31.839 | 8.004 | 2.522 | 13.499 | 4.933 | 39.195 |
| Firenze | 951.326 | 53,8 | 17,7 | 236.884 | 31.630 | 7.617 | 4.852 | 10.147 | 5.021 | 38.016 |
| Roma | 3.809.829 | 61,0 | 14,4 | 175.405 | 27.710 | 7.335 | 3.453 | 6.887 | 1.773 | 35.555 |
| Milano | 3.752.956 | 52,9 | 18,0 | 204.782 | 33.381 | 7.466 | 3.561 | 8.258 | 5.956 | 29.749 |
| Genova | 913.218 | 70,0 | 24,1 | 168.780 | 25.546 | 7.722 | 1.871 | 7.420 | 3.694 | 26.075 |
| Torino | 2.216.582 | 41,6 | 17,5 | 161.606 | 18.289 | 4.113 | 2.479 | 5.106 | 3.360 | 21.584 |
| Venezia | 815.009 | 49,2 | 19,4 | 187.937 | 14.450 | 4.346 | 5.512 | 1.572 | 1.170 | 18.840 |
| Palermo | 1.242.055 | 23,6 | 10,5 | 80.175 | 10.106 | 3.557 | 1.162 | 1.903 | 2.105 | 15.901 |
| Bari | 1.571.233 | 20,3 | 7,6 | 96.825 | 6.552 | 1.821 | 607 | 2.792 | 202 | 13.808 |
| Napoli | 3.110.970 | 20,1 | 5,9 | 75.019 | 11.324 | 3.818 | 1.023 | 1.381 | 1.454 | 13.166 |
| Catania | 1.097.371 | 19,3 | 7,8 | 77.040 | 11.568 | 4.506 | 687 | 2.227 | 1.455 | 12.564 |
| Cagliari | 767.169 | 44,4 | 14,3 | 122.938 | 9.924 | 1.631 | 2.681 | 2.716 | 1.588 | 11.058 |
| Totale | 21.160.837 | 37,9 | 14,1 | 141.060 | 13.518 | 3.764 | 1.477 | 3.499 | 2.127 | 17.911 |

Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT, *Indagine Multiscopo 1998, Cultura, socialità e tempo libero*, SIAE, *Il Quaderno dello spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.11 CONSUMI CULTURALI NELLE CITTÀ METROPOLITANE: SPESA PER ABITANTE (1999)

| CITTÀ | POPOLAZIONE | SPETTACOLO | VALORI IN LIRE | | | | | LIRICA | CINEMA |
|----------|-------------|------------|------------------------------------|--------|--------------------|-------------------|--------|--------|--------|
| | | | ATTIVITÀ TEATRALI E MUSICALI | PROSA | MUSICA CLASSICA | MUSICA LEGGERA | | | |
| Bari | 331.568 | 144.727 | 22.266 | 5.434 | 1.746 | 10.652 | 672 | 22.012 | |
| Bologna | 382.006 | 360.384 | 51.662 | 14.098 | 5.562 | 14.793 | 11.793 | 68.129 | |
| Cagliari | 167.490 | 215.893 | 38.322 | 5.206 | 11.432 | 9.258 | 7.273 | 36.854 | |
| Catania | 339.271 | 120.971 | 29.216 | 12.483 | 1.522 | 3.507 | 4.708 | 28.645 | |
| Firenze | 376.760 | 389.887 | 73.623 | 16.028 | 11.645 | 24.388 | 12.619 | 71.359 | |
| Genova | 641.437 | 180.159 | 35.011 | 10.744 | 2.394 | 10.014 | 5.259 | 31.668 | |
| Milano | 1.307.785 | 325.434 | 75.198 | 17.855 | 9.981 | 8.896 | 16.988 | 55.974 | |
| Napoli | 1.020.120 | 122.512 | 30.308 | 10.313 | 2.907 | 3.227 | 4.425 | 27.272 | |
| Palermo | 686.551 | 93.397 | 17.985 | 6.272 | 2.015 | 3.423 | 3.807 | 25.021 | |
| Roma | 2.646.408 | 208.273 | 38.876 | 10.045 | 4.859 | 9.704 | 2.547 | 45.525 | |
| Torino | 909.717 | 225.794 | 40.018 | 8.331 | 5.649 | 10.702 | 8.151 | 39.895 | |
| Venezia | 291.531 | 256.732 | 33.541 | 8.521 | 15.132 | 2.407 | 3.167 | 36.024 | |
| Italia | 57.612.615 | 141.060 | 13.518 | 3.764 | 1.477 | 3.499 | 2.127 | 17.911 | |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

mente agli spettacoli teatrali e musicali e al cinema, proprio in virtù di un consumo individuale più alto, di una spesa pro capite meno contenuta.

La tabella 10 mostra un confronto sui consumi di spettacolo esteso alle dodici province, sul territorio delle quali sono localizzate le dodici metropoli italiane; la tabella 11 propone lo stesso confronto limitato ai territori comunali delle stesse dodici metropoli.

Come si può notare, man mano che si restringe il territorio di confronto sulle città e quindi su Torino, passando per la provincia, non solo – com'è ovvio – aumentano sensibilmente tutti gli indicatori di spesa e consumo pro capite, ma si guadagnano posizioni in classifica rispetto ai dodici ambiti metropolitani. Dal confronto fra i territori provinciali Torino risulta mediamente tra il sesto e l'ottavo posto, mentre se si analizzano i risultati della tabella 11, costruita sui dati delle dodici città, Torino si colloca al quarto-quinto posto. Anche la città di Torino tuttavia resta relegata nelle posizioni di retrovia (nono posto) per la spesa pro capite relativa agli spettacoli di prosa, mentre sale al terzo per la musica leggera e al quarto per la lirica. Al quinto posto anche la spesa pro capite cittadina per il cinema, dopo Milano, Bologna, Firenze, Roma.

L'analisi della dimensione totale della spesa, e quindi non pro capite, mostra invece la città di Torino saldamente in terza posizione in quasi tutti gli indicatori, salvo in due casi da evidenziare. Per la dimensione della spesa relativa al teatro di prosa, Napoli sopravanza Torino, non solo in virtù di una popolazione urbana superiore di quasi 100.000 unità, ma anche e soprattutto a causa di una spesa pro capite superiore rispetto a Torino di quasi 2.000 lire.

Nel secondo caso, non considerando l'Arena di Verona, inconfrontabile per dimensione con i tradizionali teatri d'opera, Torino si trova per la lirica in seconda posizione alle spalle di Milano, a riprova di un rapporto stretto e profondamente radicato tra il Teatro Regio e la città di Torino. Si evidenzia qui una divaricazione delle tendenze: sotto la media italiana la spesa pro capite per la lirica in regione, al secondo posto la città di Torino per spesa complessiva. La polarizzazione sul centro urbano in questo caso è evidente.

In estrema sintesi, il posizionamento migliore nelle classifiche di regione, provincia – e soprattutto città – per dimensione della spesa totale piuttosto che per spesa pro capite individua una relativa debolezza della domanda in termini complessivi, la cui dimensione globale si deve più alla quantità di popolazione e alla presenza del tessuto metropolitano di Torino che non all'intensità dei consumi pro capite, i quali, soprattutto nello spettacolo dal vivo e nel teatro di prosa, appaiono modesti. La dimensione limitata della domanda non appare

Tab.12 CONSUMI CULTURALI NELLE CITTÀ METROPOLITANE (1999)

| CITTÀ | POPOLAZIONE | SPETTACOLO | SPESA DEL PUBBLICO IN MIGLIAIA DI LIRE | | | | | |
|----------|-------------|---------------|--|-------------|--------------------|-------------------|-------------|---------------|
| | | | ATTIVITÀ TEATRALI E MUSICALI | PROSA | MUSICA CLASSICA | MUSICA LEGGERA | LIRICA | CINEMA |
| Bari | 331.568 | 47.986.814 | 7.382.714 | 1.801.631 | 578.938 | 3.531.998 | 222.967 | 7.298.472 |
| Bologna | 382.006 | 137.668.717 | 19.735.253 | 5.385.714 | 2.124.601 | 5.650.980 | 4.504.858 | 26.025.539 |
| Cagliari | 167.490 | 36.159.994 | 6.418.602 | 872.014 | 1.914.778 | 1.550.592 | 1.218.191 | 6.172.675 |
| Catania | 339.271 | 41.041.833 | 9.912.068 | 4.234.950 | 516.423 | 1.189.698 | 1.597.135 | 9.718.531 |
| Firenze | 376.760 | 146.893.935 | 27.738.024 | 6.038.699 | 4.387.158 | 9.188.397 | 4.754.191 | 26.885.377 |
| Genova | 641.437 | 115.560.414 | 22.457.481 | 6.891.686 | 1.535.660 | 6.423.471 | 3.373.352 | 20.313.024 |
| Milano | 1.307.785 | 425.598.008 | 98.343.449 | 23.350.900 | 13.053.526 | 11.633.988 | 22.216.867 | 73.202.433 |
| Napoli | 1.020.120 | 124.977.046 | 30.917.615 | 10.520.463 | 2.965.707 | 3.291.967 | 4.513.986 | 27.820.488 |
| Palermo | 686.551 | 64.122.025 | 12.347.521 | 4.306.342 | 1.383.264 | 2.350.177 | 2.613.962 | 17.178.287 |
| Roma | 2.646.408 | 551.176.292 | 102.880.665 | 26.581.812 | 12.857.651 | 25.681.742 | 6.740.999 | 120.477.215 |
| Torino | 909.717 | 205.408.547 | 36.405.017 | 7.578.768 | 5.139.090 | 9.735.375 | 7.414.700 | 36.292.998 |
| Venezia | 291.531 | 74.845.337 | 9.778.331 | 2.484.027 | 4.411.406 | 701.837 | 923.390 | 10.502.034 |
| Totale | 9.100.644 | 1.971.438.962 | 384.316.740 | 100.047.006 | 50.868.202 | 80.930.222 | 60.094.598 | 381.887.073 |
| Italia | 57.612.615 | 8.126.878.622 | 778.835.700 | 216.887.255 | 85.069.327 | 201.599.391 | 122.522.045 | 1.031.893.593 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

tuttavia caratteristica esclusiva dello spettacolo dal vivo, ma sembra coinvolgere in maniera più o meno accentuata l'insieme dei consumi culturali.

Si legge inoltre in alcuni indicatori un maggior distacco nell'intensità dei consumi tra Torino area metropolitana e territorio regionale, in rapporto ad altri capoluoghi regionali e ai loro territori di appartenenza. La polarizzazione dei consumi su Torino emerge con forza sia per livello assoluto di spesa, sia per spesa pro capite.

Dunque anche attraverso questi confronti, pur se condotti su dati fortemente aggregati, si evidenzia una dimensione contenuta della domanda di spettacolo dal vivo ma anche di cinema, il che rappresenta sul fronte della produzione una delle criticità, uno dei vincoli dimensionali che incontrano gli operatori del teatro, della musica, del cinema. Anche attraverso la stagione di riforme legislative che vedono un forte decentramento delle responsabilità di programmazione culturale e un nuovo ruolo per le amministrazioni provinciali, soprattutto nella gestione delle attività culturali e di spettacolo, occorre riflettere su possibili policy di incentivazione della domanda.

L'obiettivo dovrebbe essere la rottura dell'equilibrio esistente e l'innescare di un circolo virtuoso di aumento della domanda come sta avvenendo per il pubblico dei musei: anche nello spettacolo gli investimenti diffusi degli anni passati e l'incremento delle risorse impiegate rappresentano una prima condizione favorevole da sfruttare nel processo di riattribuzione delle responsabilità ai differenti livelli di amministrazione.

Occorre infine rilevare che l'analisi comparata a questo livello di aggregazione fa emergere esclusivamente macro-tendenze: l'effetto degli investimenti di regione, province, enti locali e privati nel settore della cultura non risulta ancora percepibile a questa scala di analisi, mentre sappiamo che a un livello inferiore di dettaglio già emergono chiaramente alcuni effetti positivi. L'incremento dei visitatori ai musei, che è stato rilevato puntualmente in questi anni al livello di dettaglio, non è ancora percepibile nel confronto delle analisi campionarie sull'impiego del tempo libero degli ultimi anni. È questa una delle differenze tra l'ottica di livello macro e la raccolta sistematica di dati al livello territoriale, che mostra una maggior reattività ai fenomeni, una minor inerzia alla registrazione degli spostamenti anche di piccole dimensioni, elemento questo decisivo per supportare la programmazione. Sono le tendenze al loro nascere – nella fase “tenue” – che confermano o richiedono politiche di sostegno e di

promozione: le tendenze consolidate pongono altri problemi di gestione e trovano altri mezzi per imporsi all'attenzione che non l'osservazione ravvicinata.

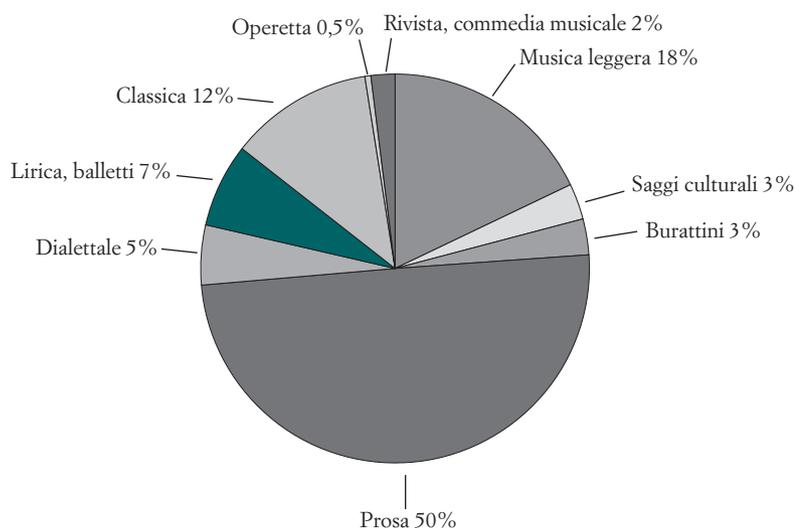
Lo spettacolo dal vivo in Piemonte: un confronto per generi nell'ultimo decennio

I biglietti venduti per il complesso delle attività teatrali e musicali nel 1999 ammontano a 2.357.256, circa il +5% rispetto al 1998, aumento tuttavia non sufficiente a recuperare i livelli del 1996, quando si sfiorarono i due milioni e mezzo di biglietti.

Quanto a numero di rappresentazioni, nel 1999 le attività di spettacolo dal vivo in Piemonte sono costituite per la metà dalla prosa, seguita a distanza dalla musica leggera e dalla musica classica (rispettivamente 18% e 12% del numero totale di spettacoli). Le altre attività hanno un peso al di sotto del 10% con i valori minimi segnati dall'operetta e dalla rivista e commedia musicale. La "composizione" per generi dell'intero settore è molto simile alla configurazione nazionale e a quella dell'Italia settentrionale, sebbene in Piemonte si registri un peso minore della prosa (in Italia costituisce il 54%), e un peso maggiore della musica leggera (Italia: 12%) e lirica (Italia: 5%).

Se si confrontano i tre grafici relativi al numero di spettacoli, al numero di biglietti venduti e alla spesa del pubblico, emerge come all'elevato numero di rappresentazioni di prosa non corrisponda un peso analogo in termini di biglietti venduti e di spesa. Al contrario la musica leggera aumenta il suo peso in termini di biglietti venduti e di spesa se rapportato al numero delle rappresentazioni, ma incide in questo fenomeno l'utilizzo di spazi all'aperto per manifestazioni di massa. Mentre nella musica leggera sono compresi grandi eventi/concerti con un forte richiamo di pubblico, la prosa fa registrare una diffusione di spettacoli più capillare ma con medie di frequenza decisamente più contenute.

Fig.10 RIPARTIZIONE DELLE RAPPRESENTAZIONI IN PIEMONTE, PER GENERE (1999)



Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

L'elevato costo degli spettacoli di lirica in rapporto agli altri genere di spettacolo fa balzare questo settore al 20% della spesa per gli spettacoli dal vivo. Queste quote sono sostanzialmente in linea con i valori italiani, rispetto ai quali non si registrano grandi scostamenti, mentre i dati relativi al Nord Italia mostrano – in rapporto al Piemonte – un peso maggiore nella spesa dei biglietti per spettacoli di lirica e balletto (25%), dovuto all'offerta molto forte e imponente del complesso degli enti lirici, all'interno dei quali emerge la programmazione dell'Arena di Verona e del Teatro alla Scala.

Fig.11 RIPARTIZIONE DEI BIGLIETTI VENDUTI IN PIEMONTE, PER GENERE (1999)

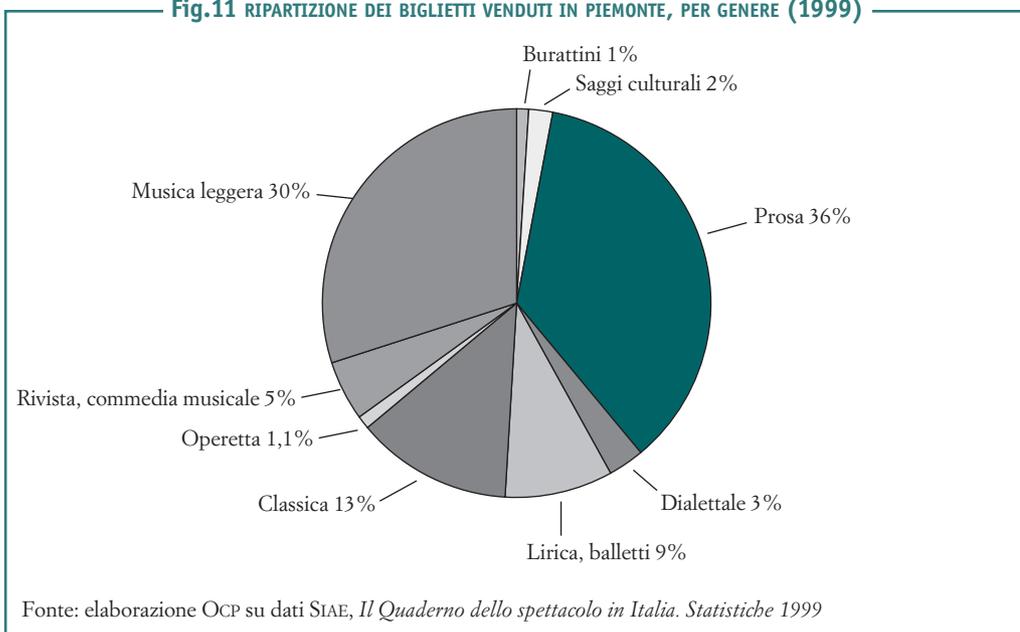
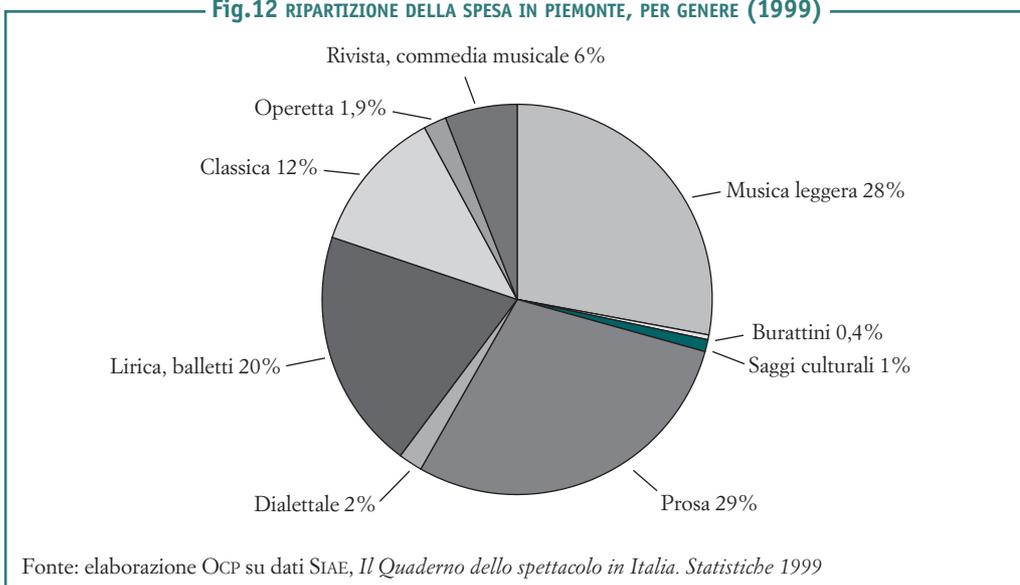


Fig.12 RIPARTIZIONE DELLA SPESA IN PIEMONTE, PER GENERE (1999)



Per quanto riguarda la *prosa* l'andamento generale piemontese nell'ultimo decennio segue i trend nazionali e dell'Italia settentrionale, registrando una lieve flessione nel 1999 sia nel numero di rappresentazioni che nel numero di biglietti venduti. L'aumento della spesa del pubblico per questo genere (dal 1990 al 1999 l'incremento è pari al 53%) è da relazionarsi sia all'incremento di biglietti venduti (da 705.000 nel '90 a 828.000 nel '99, +17,4%) sia alla lievitazione dei prezzi medi dei biglietti. Un dato meno rassicurante è rappresentato dal rapporto tra numero degli spettacoli e popolazione residente (nel 1999 uno spettacolo ogni 934 abitanti), superiore sia alla media italiana (uno ogni 870) che a quella dell'Italia settentrionale (uno ogni 837). La partecipazione media per spettacolo rimane mediamente costante nel decennio in esame.

Il teatro *dialettale*, a differenza della prosa, registra un andamento diverso rispetto alle dinamiche nazionali e dell'Italia settentrionale: dopo un picco negativo nel 1995 e la successiva ripresa dei due anni successivi, in Piemonte si assiste a una flessione del numero di spettacoli al quale corrisponde una diminuzione di pubblico. Rimane inalterato il numero medio di partecipanti per rappresentazione, segno di una domanda territorialmente radicata.

*Lirica e balletti*⁴⁴ seguono un trend in linea con quello nazionale ma con una flessione accentuata nel 1997 sia relativamente al numero di rappresentazioni che alla vendita di biglietti. La spesa per questa tipologia di spettacoli è aumentata nell'ultimo decennio del 112%, dato sensibilmente più alto rispetto ai valori italiani (87%) e dell'Italia del Nord (82%).

La ripresa del settore registrata a partire del 1998 è confermata dal rapporto tra popolazione e numero di rappresentazioni (passati dai circa 8.500 abitanti per spettacolo del 1990 ai 6.900 del 1999) che si attesta su valori positivi rispetto alla media nazionale e dell'Italia settentrionale.

Per quanto riguarda i *concerti di musica classica*, dopo la crescita registrata tra il 1992 e il 1997 (periodo in cui ad un aumento di circa il 10% dell'offerta è corrisposta una crescita maggiore sia del numero di biglietti che della spesa del pubblico), si registra per il 1998 e il 1999 una flessione del numero di rappresentazioni e del numero di biglietti ben più forte che nel resto del territorio nazionale. La spesa per questo genere di spettacoli nell'ultimo anno rimane tuttavia costante, in ragione dell'aumento dei prezzi medi dei biglietti. La flessione nelle affluenze è confermata anche dal valore relativo al numero di biglietti per abitante che scende al di sotto dei valori nazionali e dell'Italia settentrionale.

Il settore dell'*operetta* nel decennio 1990-1999 segue un andamento assai discontinuo, registrando un'alternarsi di picchi positivi e negativi, rispetto al resto d'Italia in cui i valori osservati si mantengono pressoché costanti. Questi andamenti oscillatori – anche per i numeri complessivamente contenuti di pubblico – rendono difficile un'interpretazione statistica delle tendenze relative all'operetta in Piemonte; sembra più plausibile spiegare queste dinamiche rapportandole più alla quantità e al tipo di offerta anno per anno, che non a modificazioni delle dinamiche di consumo culturale a livello regionale.

Anche l'andamento della *rivista e commedia musicale* si presenta irregolare, ma a differenza dell'operetta è pressoché in linea con quello nazionale e dell'Italia del Nord. L'aumento della domanda nel 1995 raggiunge valori massimi: più di 133.000 biglietti venduti e circa 3,8 miliardi spesi per 191 rappresentazioni. Negli anni successivi il settore subisce una contrazione, con un picco negativo nel 1997, analogo a quello riscontrato nel resto d'Italia.

L'offerta di spettacoli di *musica leggera* in Piemonte tra il 1990 e il 1997 registra un andamento positivo, come nel resto d'Italia, a fronte di una domanda più discontinua (sia in termini di biglietti venduti che in termini di spesa sostenuta). Nel 1998 si osserva una curiosa

⁴⁴ I due generi sono considerati unitamente poiché la disaggregazione dei dati è disponibile solo a partire dal 1995.

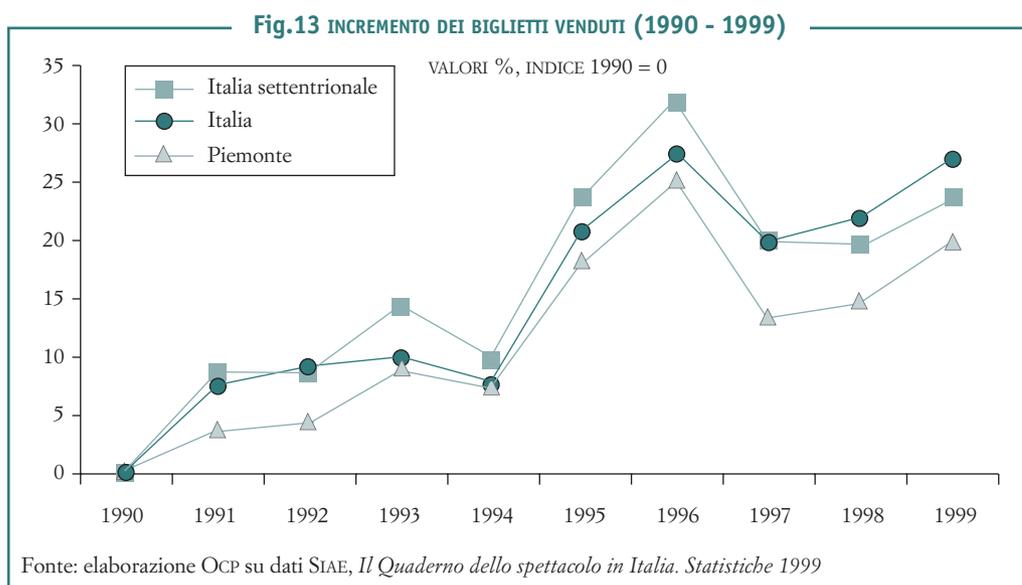
flessione della domanda (-3% dei biglietti venduti) nonostante una considerevole lievitazione dell'offerta (+15% del numero di spettacoli offerti). Questo fenomeno è confermato anche dal rapporto tra popolazione e quantità di rappresentazioni (si passa da quasi 2.600 abitanti per concerto a circa 2.300), che non determina un aumento del numero di biglietti per abitante. La maggiore offerta corrisponde a una più forte diffusione di spettacoli di medie e piccole dimensioni perché la carenza di spazi adeguati limita la proposta dei grandi concerti/eventi a partecipazione di massa.

Gli spettacoli di *burattini* in Piemonte passano da 282 rappresentazioni nel 1990 a 199 nel 1995, registrando la perdita di circa 5.000 biglietti venduti. Questo andamento negativo risulta accentuato rispetto ai valori nazionali e dell'Italia settentrionale, dove nel 1995 si evidenzia una ripresa di questo genere di spettacolo. Il Piemonte sembra invece "recuperare" a partire dal 1997, anno in cui crescono sia il numero di rappresentazioni sia il numero di biglietti.

Per i *saggi culturali*, infine, nel decennio analizzato si registra mediamente una maggiore offerta (in termini di numero di abitanti per rappresentazione) e una maggiore domanda (in termini di numero di biglietti ogni 100 abitanti) rispetto al resto d'Italia. L'andamento generale del settore è analogo a quello nazionale pur registrando flessioni più accentuate sia nel 1992 che nel 1994. A partire da questo anno si assiste a una risalita del numero di rappresentazioni al quale fa riscontro un aumento del numero di biglietti venduti fino al 1998; nell'ultimo anno, contrariamente ai dati nazionali, il settore subisce un nuovo calo dell'offerta (-19%) al quale corrisponde una maggiore riduzione di biglietti venduti (-28%).

Un decennio in linea con i trend nazionali

Nonostante le differenze, le articolazioni territoriali, le dinamiche e le fibrillazioni di breve periodo, tutte assai interessanti e meritevoli di attenzione al livello di dettaglio e della singola area geografica, ad una scala più grande, da un punto d'osservazione metaforicamente ad



alta quota, la dinamica complessiva relativa a tutti gli spettacoli teatrali e musicali, mostra in Piemonte una forte coincidenza con il trend nazionale e dell'Italia settentrionale. Si guardi a questo proposito la figura 13 che confronta gli incrementi percentuali a partire dal 1990 per ciò che concerne i biglietti venduti.

La sintonia degli andamenti è evidente e mette in luce semmai la tendenza a una stabilizzazione del Piemonte verso valori più contenuti, soprattutto negli ultimi anni.

Proprio per il fatto che si ragiona su un trend di un decennio, su un dato così aggregato (i biglietti venduti a tutti gli spettacoli teatrali e musicali) e rilevato dalla medesima fonte, una serie di valutazioni molto generali acquistano valore statistico.

In primo luogo le dinamiche nazionali nel comportamento di spesa, nei consumi culturali, negli elementi di congiuntura economica paiono pesare fortemente nelle dinamiche a livello territoriale, allineando in qualche modo tre insiemi così diversi come il Piemonte, l'Italia settentrionale e l'intera nazione.

Dal momento che il panorama che compone l'offerta di spettacoli non rappresenta nel corso degli anni una ripetizione automatica di un unico meccanismo generatore, ma vede interagire tutti i diversi livelli di governo e una miriade di operatori impegnati a rapportarsi al proprio pubblico e – se possibile – ad ampliarlo, il fatto che non si notino per il Piemonte dinamiche di “smarcamento” rispetto al trend complessivo indica l'importanza dei fattori economici e sociali di fondo nel “dimensionare” la domanda di spettacolo dal vivo. Sicuramente la disponibilità economica e la propensione alla spesa, così come la concorrenza con altre forme di impiego del tempo libero e i comportamenti di consumo collettivo, sono elementi alla base della similitudine tra i diversi trend. Contemporaneamente tutto ciò indica anche la difficoltà che incontra un processo di allargamento della domanda al livello regionale: l'investimento per “smarcare” il trend del Piemonte da quello nazionale e per incrementare la partecipazione allo spettacolo non può essere estemporaneo ed episodico per ottenere risultati significativi e duraturi. Questa appare la questione centrale, dal momento che se le dinamiche di Piemonte, Italia settentrionale e nazione mostrano una forte concordanza, il Piemonte, quanto a dimensione della domanda, si colloca in una posizione di coda nell'Italia settentrionale.

Lo spettacolo dal vivo in Piemonte: le attività nelle province

L'analisi dei dati provinciali sottolinea l'evidente primato di Torino nell'offerta di spettacoli teatrali e musicali. Nel 1999, infatti, nel capoluogo piemontese è stato possibile assistere a più di un terzo degli spettacoli della regione (il 36%), mentre la provincia torinese ha rappresentato quasi il 60% dell'offerta regionale.

Le altre province, eccetto quella di Cuneo (13%), si collocano tutte al di sotto del 10% dell'offerta complessiva, mentre i capoluoghi rappresentano in tutti i casi valori che si aggirano intorno al 2%.

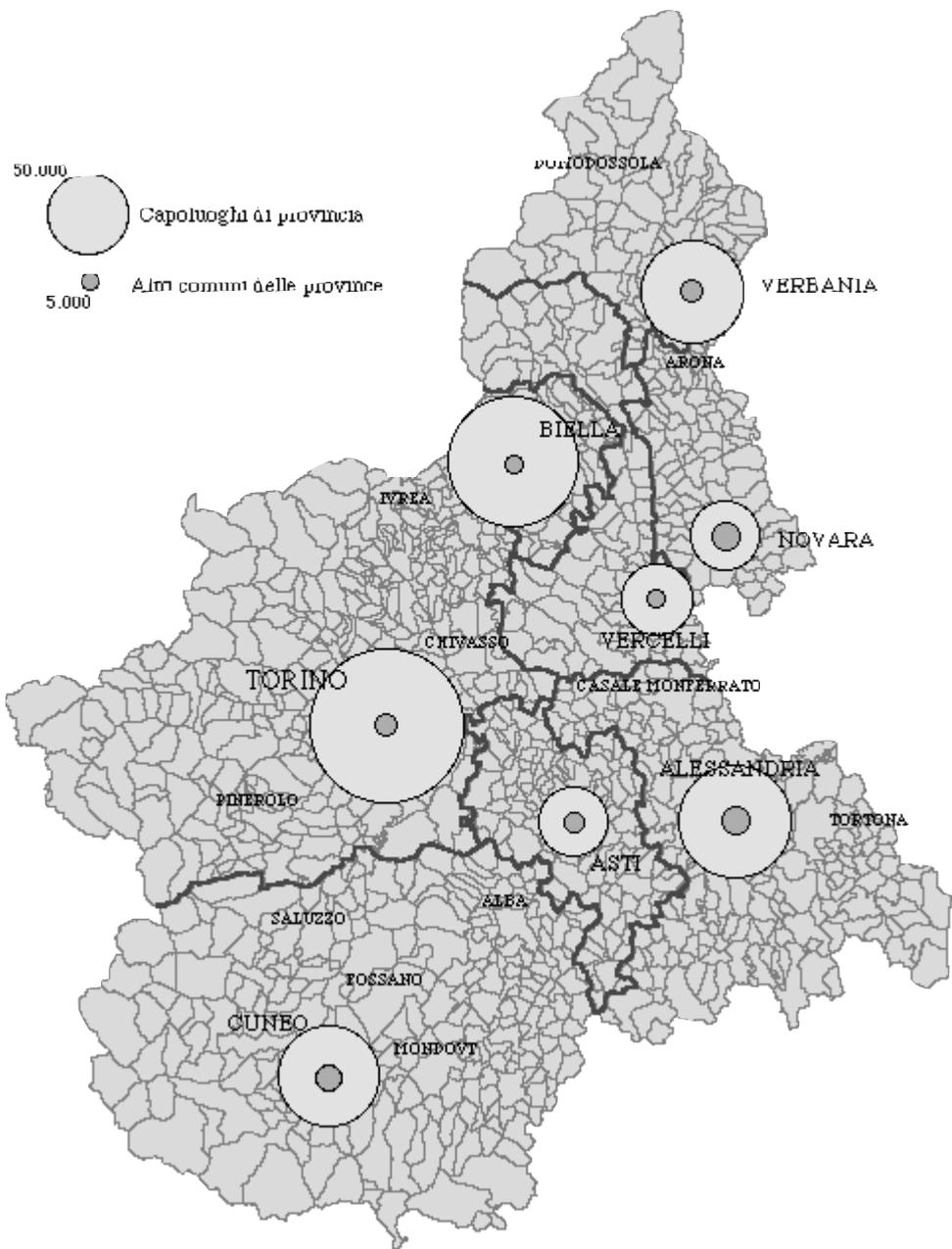
Confrontando il numero delle rappresentazioni con la popolazione, si osserva che Torino, sia come territorio provinciale che come comune, offre il maggior numero di spettacoli anche in relazione alla sua popolazione (uno spettacolo ogni 401 abitanti in provincia, ogni 266 abitanti in città).

Al secondo posto si colloca la provincia Cuneo (1.161 rappresentazioni, 480 per abitante), mentre quella di Novara, con 467 spettacoli offerti nel 1999, si porta all'ultimo posto in rapporto alla popolazione (una rappresentazione ogni 736 abitanti).

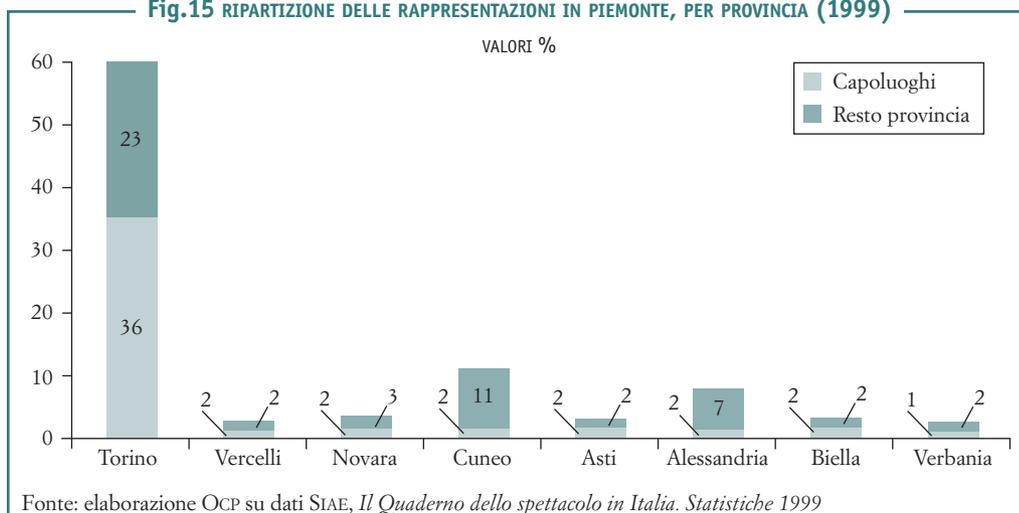
Di contro la partecipazione media dei novaresi agli spettacoli dal vivo (265 biglietti venduti per rappresentazione) è al di sopra della media regionale (253) e colloca questa provincia al secondo posto della graduatoria, inducendo a riflettere sulla probabile “carenza” di offerta in quest'ambito territoriale. I dati relativi ai capoluoghi confermano il basso numero di spettacoli a Novara (uno ogni 546 abitanti, meno della metà di Torino) a fronte di un'analogia

**Fig.14 SPESA PRO CAPITE PER GLI SPETTACOLI DAL VIVO E PER IL CINEMA
NEI CAPOLUOGHI E NEL RESTO DELLE PROVINCE PIEMONTESE (1999)**

VALORI IN MIGLIAIA DI LIRE



Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Fig.15 RIPARTIZIONE DELLE RAPPRESENTAZIONI IN PIEMONTE, PER PROVINCIA (1999)

partecipazione dei cittadini (361 biglietti venduti per rappresentazione in linea con i 356 di Torino).

I valori relativi alla “domanda” accentuano ulteriormente il peso della provincia di Torino, ma in particolar modo del capoluogo, che supera la metà dei biglietti venduti in Piemonte per lo spettacolo dal vivo. La seconda posizione della provincia di Cuneo in termini di offerta, sia in valori assoluti che in rapporto alla popolazione, trova riscontro nel secondo posto per numero di biglietti venduti. Questi dati evidenziano la “vivacità” del territorio cuneese che emerge nel contesto regionale piemontese. La limitata spesa per abitante (si trova al terz’ultimo posto delle province piemontesi) mette in luce il contenimento del prezzo medio dei biglietti tra le ragioni che incentivano un forte consumo di spettacoli rispetto al resto della regione.

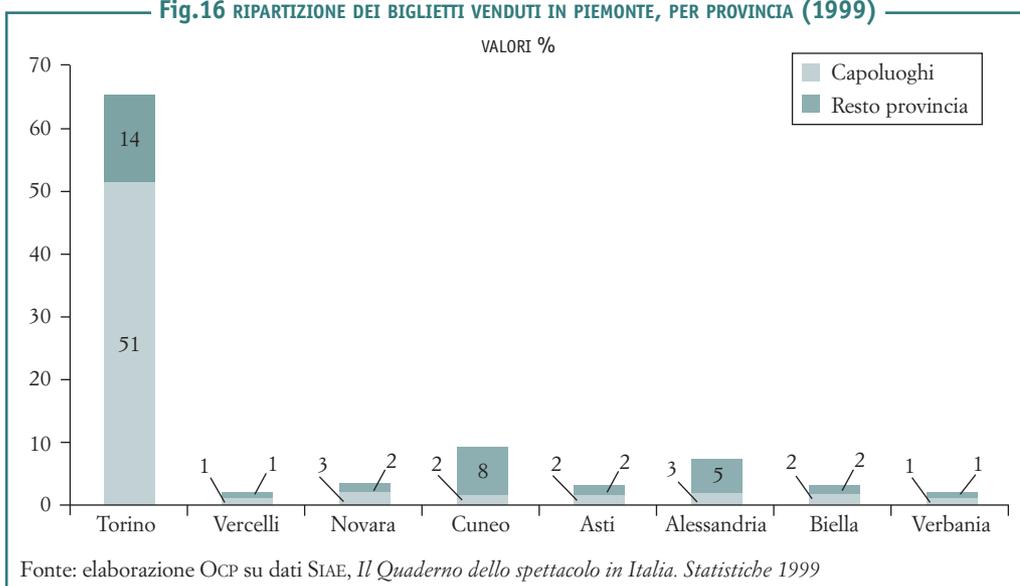
Analizzando la composizione dei biglietti venduti per genere di spettacolo, se si eccettua la provincia di Torino in cui ovviamente ciascun settore è rappresentato con le quote maggiori del Piemonte, si rileva il significativo peso del teatro dialettale nella provincia di Cuneo (dove nel '99 si è venduto il 34% dei biglietti di questo genere). La provincia di Alessandria si distingue invece per la partecipazione agli spettacoli di danza e balletti, valori sui quali

Tab.13 LO SPETTACOLO DAL VIVO NELLE PROVINCE PIEMONTESE (1999)

| PROVINCE | DATI PROVINCIALI | | | | DATI RELATIVI AI CAPOLUOGHI | | | |
|-------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------|------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------|------------------------------|
| | ABITANTI/ RAPPRESENTAZIONE | BIGLIETTI/ RAPPRESENTAZIONE | BIGLIETTI VENDUTI/ 100 ABITANTI | SPESA/ ABITANTE (LIRE) | ABITANTI/ RAPPRESENTAZIONE | BIGLIETTI/ RAPPRESENTAZIONE | BIGLIETTI VENDUTI/ 100 ABITANTI | SPESA/ ABITANTE (LIRE) |
| Torino | 401 | 278 | 69 | 18.289 | 266 | 356 | 134 | 40.018 |
| Novara | 736 | 265 | 36 | 7.318 | 546 | 361 | 66 | 13.274 |
| Alessandria | 533 | 226 | 43 | 8.880 | 519 | 396 | 76 | 18.170 |
| Biella | 522 | 221 | 42 | 8.020 | 331 | 248 | 75 | 16.267 |
| Cuneo | 480 | 209 | 44 | 6.551 | 321 | 346 | 108 | 17.058 |
| Vercelli | 572 | 201 | 35 | 3.557 | 342 | 205 | 60 | 8.128 |
| Verbania | 628 | 188 | 30 | 7.858 | 327 | 304 | 93 | 14.498 |
| Asti | 482 | 185 | 38 | 6.017 | 340 | 177 | 52 | 8.579 |
| Piemonte | 460 | 253 | 55 | 12.878 | 460 | 253 | 55 | 12.878 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Fig.16 RIPARTIZIONE DEI BIGLIETTI VENDUTI IN PIEMONTE, PER PROVINCIA (1999)



incide l'offerta del Festival di Vignale, mentre nella provincia di Novara si nota una quota consistente (16%) relativa alla vendita di biglietti per l'operetta.

In tutte le province emerge come la prosa giochi sempre un ruolo primario, anche se con percentuali diverse a seconda dei territori provinciali. Se in alcuni casi i biglietti venduti per la prosa rappresentano quote sul totale tra il 45% e il 56%, in altri si registra una flessione di tale incidenza a vantaggio di differenti generi. È il caso, ad esempio, della provincia di Torino ove, a fronte di una minore affluenza alla prosa si assiste ad un maggior peso della lirica (indotta dall'attività del Teatro Regio), della musica classica (grazie alla ricca programmazione di stagioni sinfoniche e cameristiche e alla presenza di festival) e della musica leggera.

In provincia di Biella, invece, ha un peso maggiore la musica leggera (grazie al locale *Babylonia* dove è possibile assistere a una ricca programmazione di concerti pop), così come nella provincia di Cuneo (dove si evidenzia anche la quota del teatro dialettale). Infine significativo è il dato del consumo di musica classica nella provincia di Verbania, dove incide fortemente la presenza del Festival di Stresa.

Tab.14 ATTIVITÀ TEATRALI E MUSICALI IN PIEMONTE: PESO PERCENTUALE DI CIASCUNA PROVINCIA NEI DIVERSI GENERI, PER BIGLIETTI VENDUTI (1999)

| PROVINCIA | PROSA | DIALETTALE | LIRICA | BALLETTI | CONCERTI DI DANZA | MUSICA CLASSICA | OPERETTA | COMMEDIA MUSICALE | MUSICA LEGGERA | ALTRO |
|-------------|-------|------------|--------|----------|-------------------|-----------------|----------|-------------------|----------------|-------|
| Torino | 56,0 | 52,0 | 93,0 | 72,0 | 60,0 | 77,0 | 60,0 | 78,0 | 66,0 | 61,0 |
| Vercelli | 3,0 | - | 1,0 | 1,0 | 3,0 | 2,0 | 1,0 | 2,0 | 1,0 | 1,0 |
| Novara | 8,0 | 3,0 | 4,0 | 7,0 | 3,0 | 5,0 | 16,0 | 4,0 | 2,0 | 7,0 |
| Cuneo | 11,0 | 34,0 | 1,0 | 3,0 | 7,0 | 5,0 | 2,0 | 2,0 | 14,0 | 10,0 |
| Asti | 4,0 | 5,0 | 0,0 | 3,0 | 4,0 | 1,0 | - | 0,0 | 4,0 | 3,0 |
| Alessandria | 10,0 | 5,0 | 1,0 | 13,0 | 17,0 | 3,0 | 12,0 | 10,0 | 7,0 | 10,0 |
| Biella | 4,0 | 0,0 | - | 2,0 | 1,0 | 1,0 | 3,0 | 2,0 | 5,0 | 5,0 |
| Verbania | 3,0 | 1,0 | 0,0 | - | 4,0 | 6,0 | 5,0 | 2,0 | 1,0 | 4,0 |
| Piemonte | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.15 ATTIVITÀ TEATRALI E MUSICALI IN PIEMONTE: PESO PERCENTUALE DI CIASCUN GENERE NELLE PROVINCE, PER BIGLIETTI VENDUTI (1999)

| PROVINCIA | PROSA | DIALETTALE | LIRICA | BALLETTI | CONCERTI DI DANZA | MUSICA CLASSICA | OPERETTA | COMMEDIA MUSICALE | MUSICA LEGGERA | ALTRO | TOTALE |
|-------------|-------|------------|--------|----------|----------------------|--------------------|----------|----------------------|-------------------|-------|--------|
| Torino | 30,0 | 2,0 | 7,0 | 3,0 | 3,0 | 15,0 | 1,0 | 6,0 | 30,0 | 3,0 | 100,0 |
| Vercelli | 56,0 | - | 2,0 | 1,0 | 4,0 | 13,0 | - | 4,0 | 17,0 | 2,0 | 100,0 |
| Novara | 56,0 | 1,0 | 4,0 | 4,0 | 2,0 | 11,0 | 3,0 | 4,0 | 11,0 | 5,0 | 100,0 |
| Cuneo | 38,0 | 9,0 | 1,0 | 1,0 | 2,0 | 6,0 | 0,2 | 1,0 | 39,0 | 3,0 | 100,0 |
| Asti | 45,0 | 4,0 | 0,3 | 2,0 | 3,0 | 3,0 | - | 0,3 | 38,0 | 3,0 | 100,0 |
| Alessandria | 45,0 | 2,0 | 0,5 | 5,0 | 6,0 | 4,0 | 2,0 | 6,0 | 25,0 | 4,0 | 100,0 |
| Biella | 40,0 | 0,4 | - | 1,0 | 1,0 | 5,0 | 1,0 | 3,0 | 42,0 | 5,0 | 100,0 |
| Verbania | 37,0 | 1,0 | 0,5 | - | 4,0 | 30,0 | 2,0 | 3,0 | 16,0 | 6,0 | 100,0 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

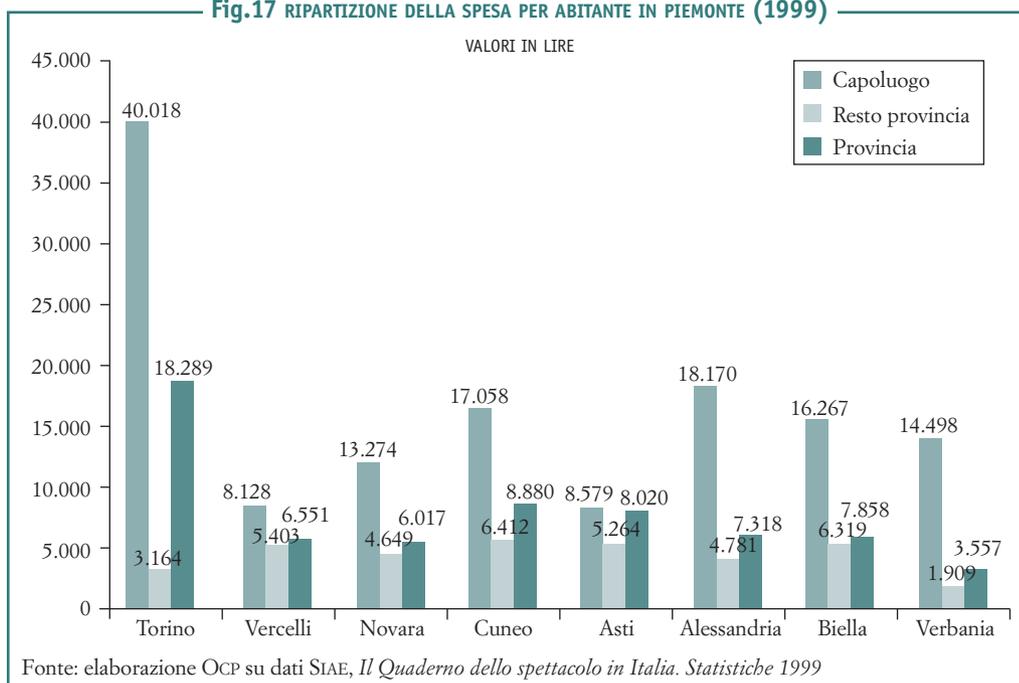
A fronte del netto primato di Torino e della sua provincia in termini di offerta di spettacoli dal vivo e di partecipazione del pubblico, i dati sulla spesa media pro capite per questo tipo di consumo attenuano le forti differenze con le altre province piemontesi.

Ad esclusione del capoluogo regionale (dove si spendono circa 40.000 lire annue), nelle altre città la spesa per abitante si aggira tra 13.000 e 18.000 lire (in linea con la spesa media italiana pari a circa 13.500 lire). Fa eccezione Vercelli dove gli abitanti spendono mediamente 8.000 lire annue.

Nei territori provinciali piemontesi – escludendo i capoluoghi – la spesa per abitante oscilla tra le 6.000 e le 9.000 lire, con punta massima nella provincia di Torino (18.000 lire) e minima in quella di Verbania (3.500 lire).

Infine è da rilevare come il numero di rappresentazioni nella provincia torinese registri un andamento tendenzialmente crescente nel decennio (tra 5.000 e 5.500 spettacoli), pur in

Fig.17 RIPARTIZIONE DELLA SPESA PER ABITANTE IN PIEMONTE (1999)



⁴⁵ I numeri delle edizioni del "Circuito Teatrale Regionale": stagione 1997/1998 (21 comuni coinvolti; 232 recite; 78 compagnie di cui 13 piemontesi; 10.079 abbonamenti; 22.525 biglietti per un totale di 96.752 presenze); stagione 1998/1999 (20 comuni coinvolti; 257 recite; 85 compagnie di cui 10 piemontesi; 9.225 abbonamenti; 27.620 biglietti per un totale di 92.341 presenze); stagione 1999/2000 (20 comuni coinvolti; 263 recite; 86 compagnie di cui 11 piemontesi; 10.975 abbonamenti; 34.845 biglietti per un totale di 112.844). Fonte: Teatro Stabile di Torino, consuntivi "Circuito Teatrale Regionale" stagioni 1997/1998, 1998/1999, 1999/2000.

⁴⁶ Nella stagione 1998/1999 le presenze complessive, che comprendono anche gli abbonati, sono calate del 4% in conseguenza di una diminuzione delle presenze di abbonamenti pari all'8%.

⁴⁷Fonte: Supplemento a "Quaderni della Regione Piemonte" *Progetto Teatro Ragazzi e Giovani Piemonte*.

considerazione delle flessioni verificatesi nel '97 e nel '99. Un segnale positivo è che in quest'ultimo anno la contrazione dell'offerta non ha prodotto una riduzione né del consumo né della spesa per abitante.

I territori provinciali dal canto loro registrano tendenze diverse. Nelle province di Cuneo e Alessandria, nel quinquennio 1995-1999, si assiste a un aumento del numero di rappresentazioni che solo a Cuneo si riflette sulla crescita di biglietti venduti. La provincia di Alessandria registra infatti un segnale di ripresa nel consumo soltanto nel 1999.

Le province "giovani" di Verbania e Biella, costitutesi nel 1995, dopo un'iniziale crescita sia di spettacoli offerti che di biglietti venduti, sembrano rallentare la tendenza nell'ultimo biennio considerato (1998-1999).

Infine le province di Asti, Novara e Vercelli nell'arco del decennio considerato risultano sostanzialmente "stazionarie", seppure con un andamento oscillatori attorno ai valori medi nel corso del tempo.

Lo spettacolo dal vivo nei censimenti Ocp

I dati esposti in questo paragrafo fanno riferimento alle informazioni che l'OCP raccoglie sullo spettacolo dal vivo sia attraverso censimenti relativi all'attività annuale, sia a periodi limitati in occasione di festival o rassegne. Scopo principale del censimento è analizzare l'attività produttiva nelle sue consistenze economiche e occupazionali, nondimeno vengono raccolti dati riguardanti la partecipazione del pubblico agli spettacoli.

Rispetto al dato SIAE sul pubblico, i dati raccolti dall'OCP rappresentano una quota parziale dei biglietti effettivamente venduti, ma al contempo vengono raccolte stime degli organizzatori per gli spettacoli a ingresso gratuito o relative alle manifestazioni di piazza che non rientrano nelle statistiche SIAE.

Anche se i dati ottenuti direttamente attraverso i censimenti e i documenti forniti dalle compagnie non rappresentano informazioni direttamente comparabili con i dati SIAE, contribuiscono ad articolare il panorama al livello territoriale consentendo un esame più ravvicinato delle differenti variabili e una maggior disaggregazione.

ATTIVITÀ TEATRALI. Il pubblico delle 56 compagnie teatrali professionali che hanno fornito i dati per la stagione di prosa 1998/1999, sfiora le 900.000 unità, di cui circa un terzo relativo a tournée in altre regioni italiane o all'estero. A questo dato occorre sommare l'apporto considerevole in termini di pubblico attivato dai circuiti teatrali a cui alcune delle compagnie monitorate aderiscono. I circuiti rappresentano un'opportunità di offerta diffusa sul territorio e coinvolgono oltre alle compagnie regionali, compagnie di altre regioni italiane o straniere.

È il caso del "Circuito Teatrale Regionale" del Teatro Stabile che ha ospitato, nella stagione 1998/1999, 85 compagnie di cui 10 piemontesi, per un totale di 92.341 presenze. Le ultime tre edizioni a partire dalla stagione 1997/1998 evidenziano come il Circuito sia in continua espansione offrendo un numero di spettacoli sempre maggiore e un incremento considerevole degli spettatori, per arrivare ai 112.844 della stagione 1999/2000⁴⁵. Il dato più interessante è relativo all'aumento dei biglietti singoli venduti rispetto alle presenze degli abbonamenti: nelle tre stagioni a partire da quella del 1997/1998, l'incremento è stato del 22%⁴⁶ nella stagione 1998/1999 e del 26% nella stagione 1999/2000.

Altro circuito particolarmente attivo sul territorio è il "Progetto Teatro Ragazzi" e "Giovani Piemonte", che ha coinvolto nella stagione 1998/1999 77 comuni in regione e ha realizzato 772 recite per un totale di 123.517 presenze. Anche questa iniziativa è in espansione negli ultimi anni e ha raggiunto quasi le 150.000 presenze nella stagione 1999/2000, con un aumento sia delle recite che dei comuni coinvolti. Il progetto prevede anche attività di laboratorio, alle quali hanno partecipato 48.600 giovani nella stagione 1998/1999 e 39.900 nella stagione 1999/2000⁴⁷.

ATTIVITÀ MUSICALI. Per ciò che concerne le attività musicali l'OCP ha rilevato circa 450.000

presenze tra spettacoli a ingresso a pagamento e gratuiti, di cui circa l'80% in regione. Il dato è da considerarsi come assolutamente parziale, poiché non tiene conto di una serie di attività di concerto svolte in spazi non espressamente deputati – piazze, chiese, cortili, ecc. – difficilmente censibili analiticamente. Si tenga conto inoltre che proprio il mondo della musica, sia essa colta che extra colta, è caratterizzato da poche istituzioni o organizzazioni fortemente strutturate e da un gran numero di formazioni, ensemble, gruppi di limitate dimensioni, la debolezza economica dei quali non impedisce una intensa attività concertistica e la messa in opera di una consistente offerta di spettacoli. A una offerta ricca di concerti corrisponde quindi una ancor più ricca quantità di operatori, di organizzatori, di musicisti, non di rado riuniti in occasione di un singolo concerto, il che rende particolarmente difficile procedere a operazioni di censimento riguardanti le strutture produttive e i singoli operatori culturali.

FESTIVAL. Un capitolo a parte è rappresentato dai festival che costituiscono una significativa parte dell'offerta di spettacolo dal vivo. L'OCP ha raccolto informazioni riguardanti 66 festival in regione, distribuiti nelle diverse province piemontesi. Sono proprio i festival che in molti casi strutturano l'offerta dello spettacolo dal vivo nei territori a bassa densità abitativa, specie nel periodo estivo dove contribuiscono a irrobustire l'offerta turistica. Tuttavia la polarizzazione anche dei festival su Torino – sia nel numero che nella quantità di pubblico attirata – è evidente. Dei poco meno di due milioni di spettatori complessivamente stimati per l'insieme dei festival, ben più di un milione e mezzo è relativo all'edizione del 1999 di “Giorni d'Estate”. È bene chiarire che si tratta di stime in quanto la maggior parte delle attività è a libera partecipazione, senza biglietto, e comprende, nel caso di “Giorni d'Estate”, concerti di piazza, attività rivolte ai bambini, attività direttamente organizzate dalla circoscrizione per la propria popolazione nei mesi estivi e rivolte a coloro che non vogliono o non possono lasciare la città per le vacanze. Gli organizzatori stimavano per il 1999 in circa 1.609.000 unità la partecipazione a “Giorni d'Estate”, per la maggior parte a titolo gratuito.

Proprio i dati sui festival contribuiscono almeno in parte a correggere le valutazioni precedentemente espresse sulla quantità di domanda di spettacolo in regione: occorre tener presente che secondo questi dati la domanda – se conteggiata in numero di presenze agli spettacoli – sarebbe assai superiore rispetto a quella calcolata sulla base dei soli biglietti venduti. L'insieme delle attività di piazza a titolo gratuito, le innumerevoli iniziative che non lasciano traccia in termini di biglietti venduti, contribuiscono sicuramente a elevare il livello di partecipazione allo spettacolo dal vivo. Non è possibile tuttavia, proprio per l'assenza di dati certi, confrontare queste informazioni con la situazione di altre regioni, nelle quali peraltro è presumibile l'esistenza di una quota di attività a partecipazione libera.

Un esempio di politica a sostegno della domanda: gli abbonamenti trasversali

Che una delle possibili azioni strategiche riguardo allo spettacolo dal vivo sia rappresentata da forme di sostegno della domanda è dimostrato dall'impiego innovativo di abbonamenti trasversali e dall'attenzione posta nel monitoraggio dei risultati. A partire dalla prima sperimentazione del 1995 con l'abbonamento teatrale “Metti una sera a teatro”, l'iniziativa è cresciuta raccogliendo le indicazioni espresse dal pubblico, allargando il ventaglio delle offerte e degli utilizzatori, conquistando un suo preciso target di pubblico. L'abbonamento trasversale, a partire dall'anno scorso riguarda sperimentalmente anche il settore musicale: “Nessun Dorma!” rappresenta l'importazione nella musica del modello già sperimentato e analizzato nel teatro di prosa.

Metti una sera a teatro

Nel 1995 la Città di Torino e l'AGIS Piemonte hanno avviato l'iniziativa “Metti una sera a teatro”, indirizzata alla promozione del sistema teatrale metropolitano attraverso l'offerta di un carnet contenente otto spettacoli da scegliere tra una rosa di proposte in otto delle

allora 15 sedi teatrali aderenti all'iniziativa.

“Metti una sera a Teatro”, sin dalla sua prima edizione, è stata oggetto di indagini e monitoraggio finalizzati a una valutazione costante dell'iniziativa e allo sviluppo di un'offerta più attenta all'utenza.

Pur mantenendo l'offerta a otto spettacoli in otto sedi teatrali (i teatri attualmente aderenti sono 16) il cartellone ha ampliato il numero di rappresentazioni fra cui scegliere – gli spettacoli proposti sono passati da 43 della prima edizione agli 80 dell'edizione 1999/2000 – e ha diversificato i generi di spettacolo includendo non solo teatro ma anche spettacoli musicali – in particolar modo opera e operetta – e danza.

L'indagine sulla stagione 1999/2000 è stata realizzata attraverso un questionario al momento dell'acquisto dell'abbonamento e interviste telefoniche realizzate a stagione conclusa⁴⁸. I questionari compilati sono stati 1.098, circa la metà dei carnet venduti.

Il numero di abbonati è aumentato nel corso degli anni passando dai 543 della stagione 1995/1996 ai 1.998 della stagione 1999/2000. Tenuto conto dell'incremento del numero di carnet emessi l'aumento degli abbonati risulta di oltre il 50%⁴⁹. Il numero degli spettacoli “visti”, utilizzando l'abbonamento è passato da 3.692 della stagione 1995/1996 ai 13.383 della stagione 1999/2000. Rimane invece invariata la media di utilizzo del carnet che si attesta ai sette spettacoli per abbonato.

La “fedeltà” all'iniziativa va incrementandosi nel corso del tempo: il 32% dei rispondenti ai questionari per l'indagine sulla stagione 1999/2000 ha infatti dichiarato di avere rinnovato l'abbonamento, mentre nella stagione 1997/1998 i rinnovi si attestavano intorno al 15%.

Per quanto riguarda età e professione degli abbonati, l'indagine mette in luce come il gruppo più numeroso (circa il 50% dei rispondenti al questionario) appartenga a una fascia d'età compresa fra i 30 e i 55 anni⁵⁰ e svolga prevalentemente mansioni di concetto, dirigenziali o inerenti alla libera professione. Per ciò che concerne il pubblico dei giovani e quello degli ultrasessantenni, si riscontra uno stabilizzarsi di questi gruppi su quote percentuali simili ai valori dell'anno d'esordio dell'iniziativa: gli abbonati sotto i 26 anni rappresentano il 9% del campione e quelli oltre i 60 anni d'età si assestano intorno al 7%. Dalle interviste telefoniche emerge che i giovani vivono l'iniziativa come una sorta d'introduzione al teatro: “Metti un sera” costituisce un abbonamento di “formazione”, che, a costo contenuto, consente un “assaggio” delle proposte del panorama teatrale torinese.

La provenienza degli abbonati si concentra nella città di Torino e nel territorio metropolitano (complessivamente il 91% del totale del campione).

L'indagine evidenzia inoltre una propensione alla polarizzazione sulle sale teatrali più conosciute e sugli spettacoli caratterizzati da compagnie e artisti di grande notorietà. Emerge la figura di un abbonato che predilige lo spettacolo di svago (commedia, cabaret, ecc.), ma anche espressioni teatrali come la danza, l'operetta o il musical, mentre l'interesse verso il teatro di ricerca è per lo più condizionato dalla presenza di nomi illustri.

Infine occorre evidenziare come l'abbonamento, dato già emerso nel corso delle indagini precedenti, continui ad avere un forte impatto promozionale sulla frequenza allo spettacolo dal vivo. L'indagine sui consumi culturali degli abbonati condotta nelle scorse edizioni mostra come alla frequenza degli spettacoli indotti dall'abbonamento (mediamente sette spettacoli sugli otto disponibili) si aggiungano altri consumi culturali, altri spettacoli, con un effetto di “trascinamento” sull'insieme dei consumi rispetto all'anno precedente alla sottoscrizione dell'abbonamento. Il fenomeno ha una spiegazione abbastanza semplice: l'entrare in contatto con una molteplicità di cartelloni e di opportunità di spettacolo espone l'abbonato a un'informazione ricca sulla programmazione, lo costringe a fare scelte di utilizzo dell'abbonamento e contemporaneamente lo invoglia in alcuni casi ad assistere a spettacoli anche al di là delle possibilità di abbonamento. “Metti una sera”, incentivando la libertà di scelta tra i diversi cartelloni, non solo riesce ad attirare pubblico nuovo a teatro, ma invoglia a un incremento dei consumi, a nuove consuetudini di frequenza teatrale.

⁴⁸ Sono state effettuate 83 interviste telefoniche su un campione di 100 persone selezionato tra i rispondenti al questionario.

⁴⁹ Per la stagione 1995/1996 è stato venduto il 45% dei carnet, nella stagione 1999/2000 sono stati acquistati pressoché tutti i carnet (1.998 su 2.000).

⁵⁰ L'età media si assesta intorno ai 41 anni.

Nessun Dorma!

Sistema Musica⁵¹, in collaborazione con AGIS Piemonte, ha proposto per la stagione musicale 2000/2001 un abbonamento trasversale tra i maggiori cartelloni musicali di Torino⁵². Per questa prima edizione di “Nessun Dorma!” sono stati messi a disposizione 300 carnet contenenti 8 biglietti ciascuno. L’abbonamento permetteva di scegliere tra 38 proposte individuate nei diversi cartelloni delle stagioni concertistiche. La convenienza economica dell’abbonamento, la presenza di spettacoli d’opera e il prestigio delle istituzioni musicali di riferimento hanno contribuito a una vendita quasi istantanea dell’intera tiratura sperimentale dell’abbonamento.

Anche in questo caso l’iniziativa viene monitorata nel suo sviluppo dall’OCP: al momento dell’acquisto dell’abbonamento è stato infatti somministrato un questionario a cui a risposta poco meno del 60% degli abbonati⁵³.

Dai questionari compilati la popolazione femminile⁵⁴ risulta in lieve prevalenza rispetto a quella maschile, mentre i dati relativi alla provenienza evidenziano come l’abbonato sia per lo più residente in provincia di Torino e in particolare nel capoluogo piemontese⁵⁵. Gli abbonati di “Nessun Dorma!” sono prevalentemente adulti con un’età media di 48 anni. Analizzando le fasce d’età, si nota come quella maggiormente rappresentata sia quella oltre i 51 anni (54,39% dei rispondenti), mentre quella con l’incidenza percentuale minore è rappresentata da giovani tra i 14 e i 25 anni (7,02%). Analizzando i dati più in dettaglio risulta che quasi un terzo degli abbonati ha un’età compresa tra i 51 e i 60 anni e un quarto è oltre i 61 anni. È scarsamente rappresentata la fascia degli abbonati al di sotto dei 25 anni, infine, coloro che si trovano ad essere compresi tra i 26 e i 35 anni superano di poco il 16%.

La suddivisione per categorie professionali degli abbonati riflette in parte quella per fasce d’età. La categoria dei ritirati dal lavoro è quella maggiormente rappresentata, con oltre il 21%, mentre gli studenti sono meno dell’8%. I ceti superiori e i liberi professionisti rappresentano quasi un terzo degli abbonati, cui fanno seguito gli impiegati e gli insegnanti e le casalinghe, che con il 10% superano la quota di studenti.

L’abbonamento viene acquistato quasi esclusivamente per uso personale, a differenza dell’abbonamento “Metti una sera a teatro” e dell’abbonamento ai musei, una quota dei quali è espressamente acquistata per essere regalata.

Oltre il 57% dei rispondenti al questionario nella passata stagione era titolare di un abbonamento ad attività culturali e circa la metà di questi era abbonato a una delle stagioni musicali. Questo dato evidenzia come l’acquirente di “Nessun Dorma!” sia già un frequentatore di stagioni musicali e culturali, che vede in questa forma di abbonamento musicale un mezzo per diversificare e incrementare i propri interessi e le proprie frequentazioni.

Il monitoraggio a fine stagione prenderà in esame l’insieme delle frequenze ai diversi spettacoli generati da “Nessun Dorma!” per un primo bilancio dell’iniziativa lanciata a livello sperimentale: non c’è alcun dubbio che il profilo di abbonato così come emerge da questi primi dati risente fortemente del piccolo numero di carnet messi in vendita. Probabilmente uno sviluppo dell’iniziativa in senso quantitativo potrà svolgere un ruolo di “iniziazione” ai concerti simile a quanto già avvenuto con “Metti una sera a teatro” e coinvolgere target d’utenza marginalmente toccati in questo primo esperimento.

⁵¹ Sistema Musica è un’associazione nata nel 1999 che riunisce la Città di Torino, il Teatro Regio, l’Orchestra Sinfonica Nazionale della Rai, Lingotto Musica, l’Unione Musicale, il Conservatorio “Giuseppe Verdi”.

⁵² Le sedi interessate sono: Lingotto Musica, Unione Musicale, Orchestra Sinfonica Nazionale della Rai, Teatro Regio.

⁵³ I questionari compilati sono stati 174 da cui è stato possibile tracciare il profilo di 172 abbonati.

⁵⁴ Il 53,22% dei rispondenti al questionario.

⁵⁵ La percentuale degli abbonati che risiede in Torino città è superiore all’84%, mentre circa il 13% proviene dall’area metropolitana (escluso il capoluogo).

1.6 IL CINEMA

Cinema in Europa: note per un confronto

Dopo un 1998 caratterizzato da incrementi generalizzati in tutta l'Europa occidentale, dovuti per lo più al colossale americano *Titanic*, l'affluenza nelle sale cinematografiche nel 1999 evidenzia una situazione alquanto diversificata tra i vari mercati di riferimento. La maggior parte dei paesi europei considerati⁵⁶ ha subito un calo, in alcuni casi rilevante, altri hanno contenuto di molto le perdite, ma solo pochi hanno visto aumentare ulteriormente gli spettatori.

Le perdite più consistenti si hanno in Belgio con un 13,9% di presenze in meno rispetto all'anno precedente, a cui fa seguito l'Italia con -12,5% e la Francia con -8,6%, mentre il Lussemburgo e i Paesi Bassi subiscono una flessione di circa il 7%. Di segno opposto gli andamenti in Germania, Svezia e Regno Unito: oltre a conservare gli spettatori del 1998, hanno fatto segnare un lieve incremento, che nel caso del Lussemburgo raggiunge il 10%. I restanti paesi europei contengono le perdite al di sotto del 3%.

Il dato più interessante, è tuttavia relativo alla *Spagna*, con un aumento degli spettatori cinematografici di oltre il 17% rispetto all'anno precedente. Prosegue dunque il periodo particolarmente positivo in Spagna che ha visto negli ultimi dieci anni aumentare il pubblico cinematografico di oltre il 67%, passando dai 78,5 milioni di biglietti venduti nel 1990 agli oltre 130 milioni del 1999. Il mercato spagnolo, con più di 3.300 schermi e di 1,2 milioni di posti, è in progressiva espansione fino a rappresentare circa il 16% del mercato dell'Europa occidentale, posizionandosi al quarto posto dopo la Francia, la Germania e il Regno Unito. Il contenimento dei prezzi medi dei biglietti al di sotto dei 4 euro⁵⁷, unitamente a un incremento consistente degli schermi, ha favorito un costante aumento dei biglietti pro capite, passati da 2,02 per abitante nel 1990 a 3,33 nel 1999. I risultati particolarmente positivi sono in relazione anche con il forte sviluppo dei multiplex ed il conseguente rinnovo dell'esercizio cinematografico spagnolo.

Infatti il numero di cinema si è mantenuto pressoché invariato nell'ultimo decennio, mentre è aumentata sensibilmente la percentuale degli schermi compresi all'interno dei multiplex: dall'1,12% del totale degli schermi nel 1993 al 31,84% nel 1999.

Pur perdendo oltre 14 milioni di spettatori rispetto al 1998, la *Francia* rimane il maggior mercato europeo con più di 155 milioni di biglietti venduti nel 1999. È inoltre il paese con la più alta concentrazione di schermi, quasi 5.000 per un totale di 1 milione di posti distribuiti su tutto il territorio nazionale e con una frequenza di uno schermo ogni 12.000 abitanti. L'affluenza nelle sale cinematografiche francesi nel decennio 1990-1999 ha visto una lenta e discontinua progressione a partire dai 121 milioni del 1990 ai 170 milioni del 1998, con un picco di oltre il 14% di presenze in più nel 1993 rispetto al 1992. Tuttavia la frequenza annuale pro capite rimane nel decennio al di sotto dei tre biglietti venduti per abitante.

Il secondo mercato europeo per numero di biglietti venduti è rappresentato dalla *Germania* con quasi 149 milioni di spettatori nel 1999, lo 0,1% in più rispetto all'anno precedente. L'aumento del consumo di cinema è lento ma costante a partire dal 1995. Il numero di schermi è aumentato dal 1990 del 42% circa, a fronte del 90% della Spagna, per lo più nei multiplex e nelle multisale, dal momento che il numero di cinema è andato diminuendo dai 2.055 del 1991 ai 1.768 del 1999. Altra specificità è rappresentata dalla diminuzione del prezzo medio dei biglietti spiegabile con la diffusione a partire dal 1997 dei "Niedrigpreis-Kino", che propongono film in seconda visione a distanza di circa 4-5 mesi dall'uscita nelle sale a un prezzo compreso tra 1,28 e 2,56 euro, oltre alla concorrenza tra esercizi cinematografici nelle zone di maggiore densità di schermi.

Nel *Regno Unito* gli spettatori cinematografici sono aumentati nel 1999 rispetto al 1998 di circa il 3%, assestandosi su poco meno di 140 milioni di biglietti venduti. Tuttavia, l'incremento rispetto al 1997 è solo dello 0,1% poiché nel 1998, in controtendenza rispetto agli

⁵⁶ I dati ai quali ci si riferisce in questo paragrafo sono pubblicati a cura di Media Salles. "Media Salles Cinema d'Europa" è un progetto istituito nel quadro del Programma Media dell'Unione Europea, che si rivolge all'esercizio cinematografico, alla promozione e all'informazione relativi al cinema. I membri di Media Salles sono le associazioni nazionali e internazionali che rappresentano gli esercenti cinematografici in Europa. Il monitoraggio di Media Salles interessa diverse nazioni europee sia dell'Europa occidentale sia di parte dei paesi dell'Europa centrale e orientale e del bacino del Mediterraneo. I paesi presi in considerazione sono: Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Islanda, Irlanda, Italia, Lussemburgo, Paesi Bassi, Norvegia, Portogallo, Spagna, Svezia, Svizzera e Regno Unito.

⁵⁷ Il prezzo medio dei biglietti per il 1999 in Spagna è stato di 3,78 euro. È il più basso in assoluto rispetto agli altri paesi considerati da Media Salles.

altri paesi europei, nel Regno Unito gli spettatori sono diminuiti del 2,7%. La frequenza pro capite nel 1999 non supera i 2,35 biglietti per abitante mentre la spesa pro capite aumenta a quasi 15 euro. Dal 1990 il prezzo medio del biglietto è aumentato del 24%⁵⁸ (da 4,34 ecu nel 1996 a 6,35 euro nel 1999) mentre il numero di schermi (2.826) è di poco inferiore a quello italiano. Al grande numero di schermi fa riscontro un basso numero di cinema: solo 751, prevalentemente multischermo, con solo il 10% di cinema monoschermo.

Al contrario in *Italia* i cinema monoschermo raggiungono il 70%. Non a caso 2.259 cinema italiani fanno registrare un totale di 2.839 schermi. Secondo i dati raccolti da Media Salles l'Italia si posiziona al quinto posto con 98,7 milioni di presenze⁵⁹ nel 1999, pari a 1,71 biglietti per abitante, una frequenza pro capite tra le più basse dei paesi interessati. L'andamento degli ultimi dieci anni evidenzia un modesto incremento, circa il 13% dal 1990 al 1999⁶⁰. Dall'analisi dei dati emerge una certa discontinuità nei consumi solo in parte attribuibile alla mancanza di strutture adeguate distribuite sul territorio nazionale, infatti il numero di schermi per abitanti è passato nel corso del decennio da uno ogni 25.000 a uno ogni 20.000 abitanti. Come nel caso francese, il consumo di cinema in Italia sembra maggiormente legato alla stagionalità dell'offerta che alla qualità delle strutture cinematografiche.

Il dato più interessante per quanto riguarda le dinamiche di mercato relative alla programmazione delle sale cinematografiche europee è rappresentato dal ridimensionamento nel 1999 del numero di film di produzione americana a favore delle cinematografie nazionali ed europee. Ad esclusione della Svizzera, tutti i paesi interessati dal monitoraggio di Media Salles hanno visto riduzioni delle quote di mercato delle pellicole americane. L'Italia, con una diminuzione dell'11,8% rispetto all'anno precedente, è il paese con la minore incidenza di film statunitensi rispetto agli altri paesi europei, ovvero il 53,4% (dato più basso dell'ultimo decennio in Italia). A beneficiarne sono stati soprattutto i film europei piuttosto che quelli italiani. Infatti la quota di pellicole europee è passata da 10,8% a 21,7% mentre i film italiani sono stati il 23,9% nel 1999, solo lo 0,3% in più rispetto all'anno precedente. Anche la Francia ha visto diminuire i film americani in sala (-9,9%) ma a differenza dell'Italia a trarne vantaggio è stata la cinematografia nazionale con un aumento del 5% del prodotto cinematografico francese, ed un incremento del 4% delle altre produzioni europee. Nei restanti paesi europei si rilevano le medesime dinamiche, con notevoli aumenti generalizzati dei film europei.

Gli spettatori cinematografici a Torino nel triennio 1998-2000

Il monitoraggio delle sale cinematografiche in regione avviene mediante il rilevamento delle affluenze da parte del servizio Cinetel. I dati relativi a presenze ed incassi vengono successivamente inviati dall'AGIS piemontese all'OCP. Il monitoraggio riguarda un campione molto esteso di esercizi cinematografici di prima visione sul territorio regionale e la totalità dei cinema di prima visione di Torino. Sono pertanto esclusi i cinema parrocchiali e quelli di seconda visione, come pure le manifestazioni cinematografiche temporanee.

A Torino il 2000 è stato caratterizzato da un forte incremento rilevato in alcuni mesi dell'anno e dal successo dell'esperimento rappresentato dal prolungamento della stagione cinematografica anche nel periodo estivo. Malgrado ciò prosegue la perdita di pubblico delle sale cinematografiche torinesi che si assesta sul -1,72% rispetto al 1998. Infatti l'incremento di oltre 76.000 spettatori nel trimestre giugno, luglio, agosto 2000, a fronte dei 26.000 del 1999 sul 1998, non è valso a rovesciare la tendenza su base annuale.

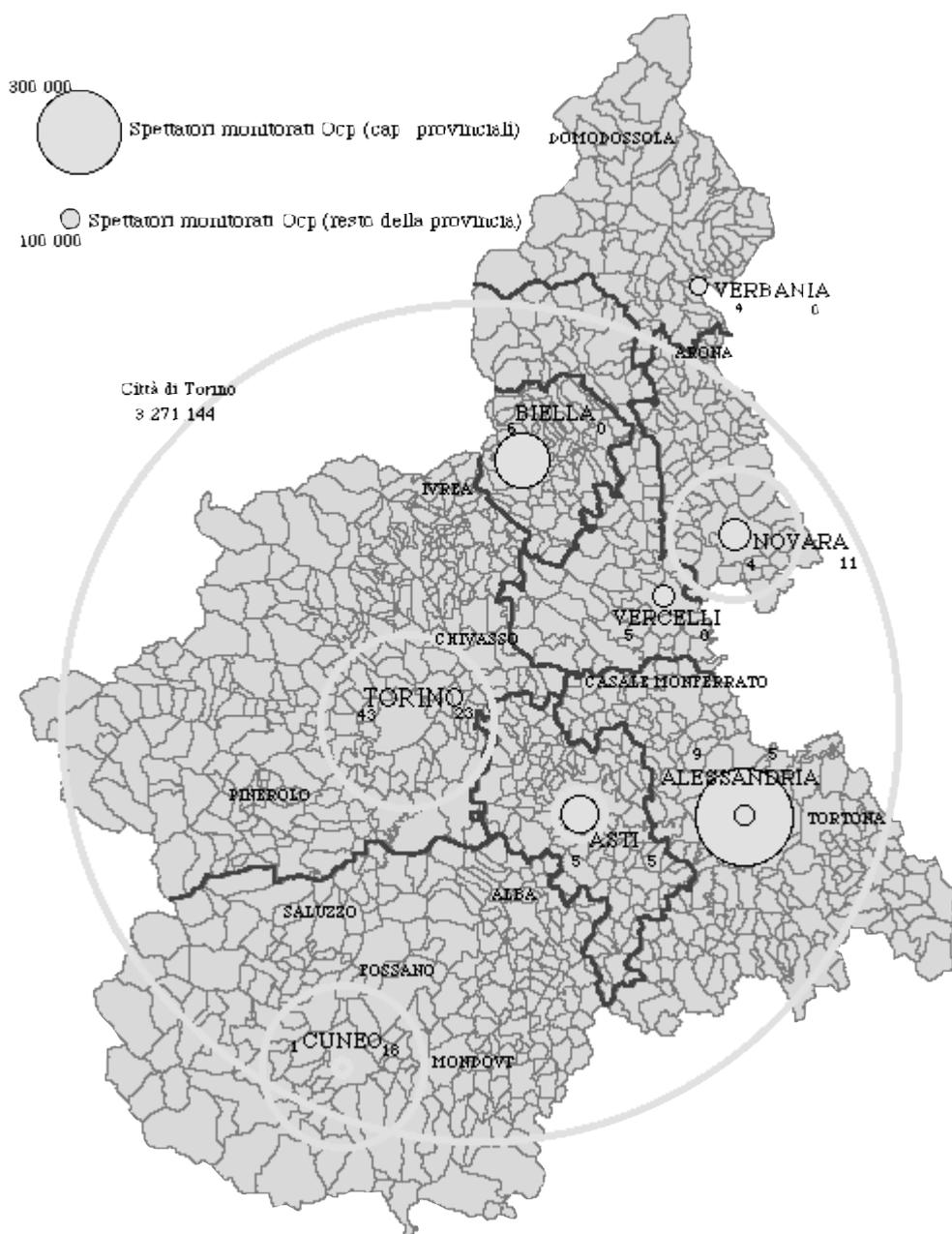
Il saldo passivo è per lo più dovuto alle flessioni di gennaio (-18,54%) e dei mesi autunnali che vedono, tra settembre e novembre, una diminuzione di pubblico di quasi 213.000 spettatori rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente. Il picco negativo si è avuto nei mesi di settembre con -28,12% e di ottobre con -24,06%. Il risultato maggiormente positivo è quello di luglio, con un incremento del 103,36%, seguito da quello di dicembre, dove la pro-

⁵⁸ Oltre all'Irlanda, dove l'aumento è stato del 31%, il Regno Unito è il paese con il più alto incremento percentuale di prezzo medio del biglietto.

⁵⁹ I dati riportati da Media Salles non coincidono con i dati SIAE in quanto si riferiscono ai cinema operanti per più di 60 giorni all'anno, mentre i dati SIAE sono relativi ai biglietti emessi per tutti gli spettacoli cinematografici.

⁶⁰ L'incremento modesto fra il 1990 e il 1999 è legato alle consistenti perdite proprio in quest'ultimo anno. Infatti l'incremento del 1998 sul 1990 è stato del 29,7%.

Fig.18 SPETTATORI DELLE SALE CINEMATOGRAFICHE PIEMONTESE (2000)*



* A sinistra del nome è riportato il numero di schermi monitorati nel capoluogo, a destra il numero di schermi nel resto della provincia.

Fonte: elaborazione OCP su dati AGIS-Cinetel

grammazione natalizia ha portato al cinema il 33,61% in più di spettatori. Analizzando nel dettaglio l'andamento annuale si vede come la "capacità di chiamata" dei film vada di pari passo con i dati di affluenza nelle sale. È possibile quindi associare gli incrementi di spettatori al successo di determinate pellicole: *American Beauty*, uscito nelle sale il 21 gennaio, ha contribuito, con oltre 111.000 spettatori fino al 18 maggio, all'incremento di febbraio (+5,68%), mentre il dato positivo di aprile (+28,25%) è frutto del maggiore interesse esercitato da una rosa di film con interpreti di richiamo⁶¹. A partire dal 19 maggio, con una programmazione ininterrotta fino al 28 settembre 2000, *Il gladiatore* ha portato al cinema 92.447.000 spettatori, determinando un incremento del 18,07% a maggio e un contenimento delle perdite a giugno (-3,08%). Il forte incremento di luglio è dovuto all'uscita, nei primi giorni del mese, di un action movie quale *M:I 2 - Mission Impossible*, a differenza dell'anno precedente, quando la programmazione estiva non proponeva nuove pellicole ma solo proseguimenti dei successi primaverili. Rispetto al 1999 le festività natalizie 2000 hanno registrato un afflusso più consistente. Nonostante un numero inferiore di film in programmazione nel mese di dicembre (52 film nel 2000, contro 61 nel 1999) il riscontro di pubblico è nettamente superiore rispetto all'anno precedente: in particolare il film comico *Chiedimi se sono felice*, uscito nelle sale il 15 dicembre 2000, con oltre 93.000 spettatori, si è rivelato il secondo film più visto a Torino nel 2000⁶². Nel complesso gli spettatori a Torino nel 2000 sono stati 3.217.144 per una spesa complessiva di poco inferiore ai 32 miliardi.

Il monitoraggio delle province piemontesi nel triennio 1998-2000

Il campione AGIS-Cinetel è in continua espansione sia in seguito all'apertura di nuove sale sia per l'inclusione nel monitoraggio di nuove città in provincia. I confronti con gli anni precedenti vengono pertanto effettuati solo sulla base del campione confrontabile a partire dal 1998. Tuttavia la valutazione degli andamenti di affluenza è in parte influenzata dalla continua ridefinizione del campione. Infatti le variazioni percentuali rispetto al 1999 sono parzialmente condizionate proprio dall'influenza esercitata da altre strutture di nuova istituzione nelle vicinanze dei cinema oggetto di monitoraggio. Le città prese in esame per l'analisi sono dunque quelle comparabili sui tre anni, ma l'apertura di nuove sale cinematografiche nell'intorno delle città considerate ha in parte deviato l'afflusso di pubblico sui nuovi cinema. Il fenomeno ha interessato in particolare Cuneo e la zona del Novarese. Il complesso a 10 schermi di Borgo San Dalmazzo, a pochi chilometri dal capoluogo cuneese, ha totalizzato nei primi tre mesi del 2000 92.173 spettatori (quasi il 30% in più di quanto realizzato dalla città di Cuneo nel primo trimestre 1999), mentre il multiplex a 7 schermi di Castelletto Ticino ha registrato nello stesso periodo 99.199 spettatori (circa il 10% in più di Novara e Borgomanero sempre nel primo trimestre del 2000).

Il campione nel 2000 comprende 25 città⁶³ per un totale di 139 schermi⁶⁴. Gli spettatori sono stati 6.015.876 e la spesa del pubblico ha raggiunto una quota di quasi 62 miliardi di lire.

A livello nazionale il 2000 è caratterizzato da risultati alterni al botteghino. Dopo un inizio incerto si è avuto un crollo nel febbraio 2000 rispetto al 1999, seguito subito dopo da un recupero a marzo e aprile. A seguire il lungo periodo positivo iniziato a maggio è conclusosi a luglio, con un aumento record che ha visto nei primi 7 mesi del 2000 un notevole incremento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente⁶⁵. Il Piemonte in parte si discosta dall'andamento nazionale poiché, pur manifestando un aumento del 128% a luglio 2000 rispetto al luglio 1999, vede chiudere il trimestre compreso tra giugno e agosto con una flessione di quasi l'8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Nel periodo estivo del 1999, i proseguimenti di visione di film con un ciclo di tenuta maggiore e la programmazione di nuovi blockbuster hanno permesso un saldo positivo rispetto al 1998, che non vedeva in programmazione nuovi film di cassetta⁶⁶. Al contrario nel 2000 i risultati di film usciti tra

⁶¹ Nell'aprile 2000 i primi dieci film in ordine di presenze hanno totalizzato 177.821 spettatori, con affluenza media per film di quasi 18.000, mentre nell'aprile 1999 i primi dieci film hanno totalizzato 158.318 spettatori con un'affluenza media di 15.000.

⁶² Il film più visto a Torino nel 2000 è stato *American Beauty* con 115.481 presenze.

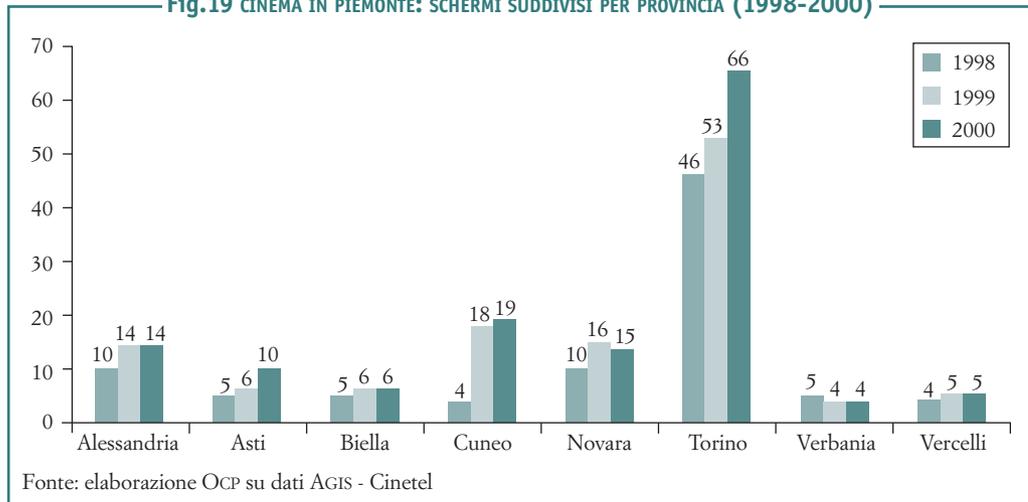
⁶³ Incluso Torino.

⁶⁴ Dato relativo al dicembre 2000.

⁶⁵ Fonte: "Il Giornale dello Spettacolo" del 19 gennaio 2001 su dati AGIS-Cinetel.

⁶⁶ Si segnalano i seguenti proseguimenti di visione: da gennaio *Titanic*; da marzo *Full Monty*, e l'uscita il 21 agosto 1998 di *Arma Letale 4*.

Fig.19 CINEMA IN PIEMONTE: SCHERMI SUDDIVISI PER PROVINCIA (1998-2000)



luglio e agosto non hanno garantito, ad eccezione del blockbuster *M:I 2 - Mission Impossible*, un'affluenza di pubblico pari all'anno precedente. Il 2000 si chiude in Piemonte con una perdita di circa il 5% rispetto al 1999, in controtendenza rispetto al dato nazionale che vede un aumento di circa il 5%⁶⁷, conseguenza del successo del periodo natalizio.

Gli spettatori rilevati nel primo trimestre del 2000 sono stati 1.944.265, pari al 4,46% in più rispetto allo stesso periodo del 1999. Circa il 18% degli spettatori del trimestre è stato realizzato dalle nuove sale cinematografiche monitorate. Se si analizza l'affluenza nelle sale cinematografiche piemontesi del campione confrontabile, si nota come ci sia stato un calo di oltre 282.000 unità, pari al 15,16%. Le perdite rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente sono generalizzate su tutte le città, sebbene con sensibili variazioni.

Il mese che ha subito il maggior calo è gennaio, con quasi il 23% in meno rispetto all'anno precedente, per lo più dovuto alla mancanza di film rivolti ai più piccoli. A differenza dell'anno precedente, il cinema d'animazione ha superato di poco i 75.000 spettatori. Tuttavia è da segnalare come nel gennaio 1999 la presenza di quattro film d'animazione fra le pellicole più viste del mese abbia fatto registrare 217.233 spettatori nelle sale piemontesi. Inoltre, sempre nel gennaio 1999, la prevalenza di film americani nella classifica dei primi dieci film più visti era pressoché assoluta, fatta eccezione per tre film italiani tra i quali il cartone animato *La gabbianella e il gatto* prodotto dalla Lanterna Magica di Torino, mentre nel 2000 la presenza delle pellicole americane è stata meno forte ma è diminuita anche la programmazione italiana a favore di film francesi e inglesi.

Febbraio fa invece registrare un aumento di spettatori e incassi di circa il 6%, incremento da attribuirsi a due film evento quali *American Beauty*, rimasto fra i primi dieci per tutto il primo trimestre, e *The Blair Witch Project*, che in 12 giorni di programmazione ha totalizzato 83.756 spettatori.

La programmazione di marzo nel suo complesso non ha eguagliato il successo di *Shakespeare in Love*, che da solo ha totalizzato nel marzo 1999 109.203 spettatori, mentre il film primo in classifica nel marzo 2000, *Il collezionista di ossa*, ha totalizzato solo 85.690 spettatori. Il mese si è chiuso con una perdita del 20,17% di spettatori. I dati percentuali dell'affluenza mensile di pubblico nel primo trimestre 2000 variano considerevolmente se si includono le nuove città monitorate: gennaio perde il 5,05% di spettatori sul 1999, febbraio vede un incremento del 31,35% mentre marzo contiene le perdite con -2,21%.

Il secondo trimestre del 2000 ha visto una programmazione differenziata ma soprattutto una massiccia presenza di film rivolti ai bambini. Infatti, l'uscita in occasione delle festività

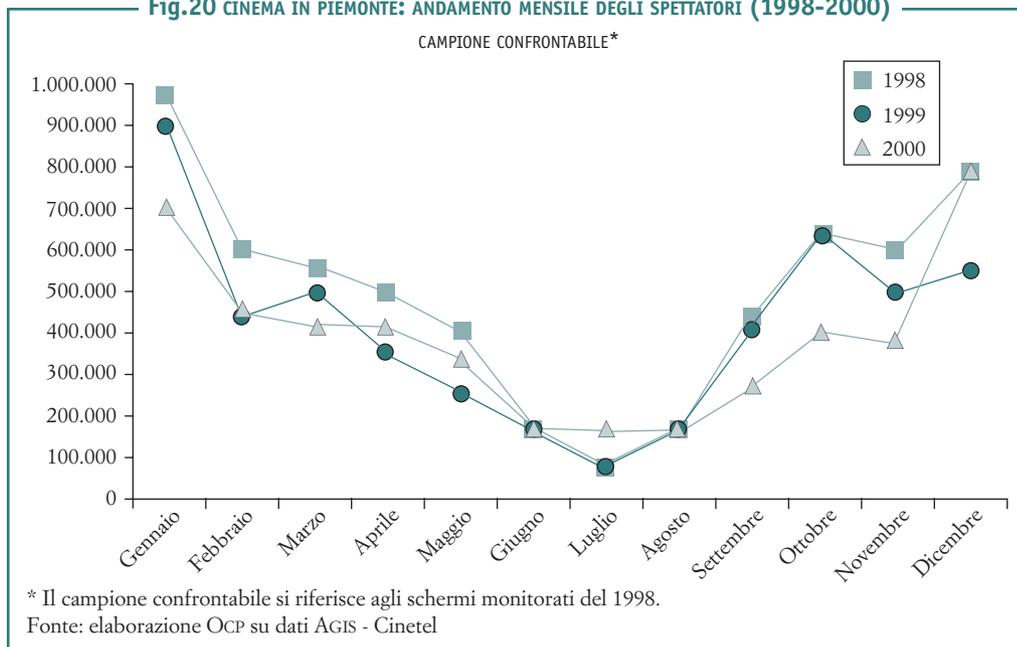
⁶⁷ Fonte: "Il Giornale dello Spettacolo" del 19 gennaio 2001 su dati AGIS-Cinetel.

pasquali di tre film d'animazione e un film di fantasia, e il loro proseguimento nei mesi successivi, ha risollevato notevolmente i dati complessivi di affluenza del pubblico, pur mantenendo un saldo negativo rispetto al 1998. I consumi riprendono ad aprile con oltre il 32% di spettatori in più rispetto al 1999 e una perdita nei confronti del 1998 di circa il 12%. Il film rivelazione del mese, *Pokemon - Il film*, ha totalizzato oltre 55.000 presenze che, sommate a quelle degli altri tre film rivolti ai più piccoli (due d'animazione più un film di fantasia), fanno registrare il 22% di spettatori del mese. Andamento pressoché analogo nel mese di maggio con un incremento del 22,55% rispetto al 1999, ma una perdita di oltre il 20% nei confronti del 1998. Tutte le città del campione confrontabile evidenziano risultati alquanto positivi, da attribuirsi per lo più al film *Il gladiatore*, il colossal americano che ha attirato, a partire dal 19 maggio, poco meno di 70.000 spettatori in maggio e 46.000 il mese di giugno. Tuttavia il mese di giugno fa registrare una brusca inversione di tendenza, con -3,46% di spettatori rispetto al 1999. Il dato è frutto di diminuzioni generalizzate relative alla metà delle città del campione confrontabile. Il risultato decisamente positivo del secondo trimestre 2000 non è valso a recuperare le perdite consistenti del 1999 sul 1998, in alcuni casi solo in parte dovute all'influenza che i multiplex in provincia hanno esercitato sul campione confrontabile.

Un evento eccezionale è rappresentato dall'incremento di luglio che ha segnato un aumento del 129% relativo al campione confrontabile ed un totale di 223.037 spettatori su tutto il territorio regionale. La brusca impennata degli spettatori è dovuta esclusivamente all'uscita del film *M:I 2 - Mission Impossible* che, a partire dal 7 luglio, ha attratto più di 116.000 persone, mentre il film più visto nel luglio del 1999 (*Matrix* uscito il 6 maggio 1999) aveva totalizzato solo 12.000 persone⁶⁸. Esaurito l'effetto *M:I 2*, ad agosto tutte le città del campione hanno registrato flessioni sul 1999 con -4,66% di spettatori (a differenza dell'aumento del 16,39% di agosto 1999 sull'agosto 1998).

Il consumo di cinema è calato bruscamente nel mese di settembre, con una perdita di oltre il 34% di spettatori. In questo caso i colossal americani, pur occupando la gran parte degli schermi disponibili, non hanno riscosso il successo di pubblico atteso. Ottobre e novembre

Fig.20 CINEMA IN PIEMONTE: ANDAMENTO MENSILE DEGLI SPETTATORI (1998-2000)



⁶⁸ Il dato 1999 è relativo al campione confrontabile, mentre quello del 2000 include le sette città non presenti nel monitoraggio 1999. Tuttavia, rappresentando gli spettatori di queste ultime circa il 20% del totale rilevato, il confronto può ritenersi ammissibile.

hanno perso rispettivamente il 33,21% e il 21,25% di spettatori. Il 2000 si chiude con un saldo negativo, sebbene la programmazione natalizia a dicembre abbia portato al cinema 1.078.854, di cui il 71% rilevato nei cinema del campione confrontabile sui tre anni. L'aumento di spettatori del campione nel mese di dicembre, di oltre il 35% rispetto al 1999, non ha comunque raggiunto i livelli dello stesso mese del 1998.

Il monitoraggio nella provincia di *Torino*⁶⁹ si è arricchito di altre sei città⁷⁰ per un totale di 23 schermi, 12 in più rispetto al 1999 e 21 rispetto al 1998. Gli spettatori totali del 2000 sono stati 527.566⁷¹, per una spesa complessiva di 5,7 miliardi. L'unico dato comparabile sui tre anni è relativo a Pinerolo, presente nel monitoraggio dal 1998, che ha totalizzato 131.977 spettatori nel 2000, il 17,96% in più rispetto all'anno precedente. L'incremento è in parte dovuto all'apertura di una nuova sala cinematografica. Tuttavia non sono stati raggiunti i livelli del 1998 quando si erano toccati i 166.306 spettatori. Nel primo semestre il guadagno

Tab.16 CINEMA IN PIEMONTE: SPETTATORI (1998-2000)*

| PROV. | CITTÀ | SCHERMI | | | SPETTATORI | | | | | | |
|--------------------------------------|--------------------|-----------|------------|------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|-----------------|---------------|---------------|
| | | 1998 | 1999 | 2000 | VAL. ASS. | | | VAR. ASS. | | VAR. % | |
| | | | | | 1998 | 1999 | 2000 | 1999- 1998 | 2000- 1999 | 1999- 1998 | 2000- 1999 |
| To | Torino | 44 | 42 | 43 | 3.750.515 | 3.273.477 | 3.217.144 | -477.038 | -56.333 | -12,72 | -1,72 |
| To | Pinerolo | 2 | 3 | 4 | 166.306 | 111.883 | 131.977 | -54.423 | 20.094 | -32,72 | 17,96 |
| AL | Alessandria | 7 | 9 | 9 | 433.559 | 354.827 | 336.906 | -78.732 | -17.921 | -18,16 | -5,05 |
| AL | Casale Monferrato | 3 | 3 | 3 | 134.898 | 114.348 | 98.248 | -20.550 | -16.100 | -15,23 | -14,08 |
| AT | Asti | 5 | 6 | 5 | 237.008 | 198.905 | 176.823 | -38.103 | -22.082 | -16,08 | -11,10 |
| BI | Biella | 5 | 6 | 6 | 235.259 | 212.416 | 225.962 | -22.843 | 13.546 | -9,71 | 6,38 |
| CN | Cuneo | 4 | 4 | 1 | 192.127 | 175.649 | 58.037 | -16.478 | -117.612 | -8,58 | -66,96 |
| NO | Novara | 6 | 5 | 4 | 275.023 | 196.345 | 159.887 | -78.678 | -36.458 | -28,61 | -18,57 |
| NO | Borgomanero | 4 | 4 | 4 | 160.870 | 123.550 | 91.176 | -37.320 | -32.374 | -23,20 | -26,20 |
| VB | Verbania | 5 | 4 | 4 | 140.524 | 107.554 | 93.582 | -32.970 | -13.972 | -23,46 | -12,99 |
| VC | Vercelli | 4 | 5 | 5 | 157.368 | 124.952 | 118.164 | -32.416 | -6.788 | -20,60 | -5,43 |
| Totale cinema monitorati 1998 | | 89 | 91 | 88 | 5.883.457 | 4.993.906 | 4.707.906 | -889.551 | -286.000 | -15,12 | -5,73 |
| To | Collegno | | 5 | 5 | | 67.075 | 155.053 | | | | |
| To | Venaria Reale | | 3 | 3 | | 7.927 | 144.818 | | | | |
| AL | Acqui Terme | | 2 | 2 | | 21.999 | 51.923 | | | | |
| CN | Borgo S. Dalmazzo | | 6 | 10 | | 17.416 | 329.366 | | | | |
| CN | Bra | | 5 | 5 | | 47.548 | 128.877 | | | | |
| CN | Dogliani | | 3 | 3 | | 18.007 | 44.488 | | | | |
| NO | Castelletto Ticino | | 7 | 7 | | 95.442 | 343.272 | | | | |
| Totale cinema monitorati 1999 | | | 122 | 123 | | 5.269.320 | 5.905.703 | | | | |
| To | Carmagnola | | | 1 | | | 12.292 | | | | |
| To | Chieri | | | 1 | | | 6.596 | | | | |
| To | Chivasso | | | 2 | | | 16.692 | | | | |
| To | Ivrea | | | 4 | | | 26.998 | | | | |
| To | Moncalieri | | | 1 | | | 8.768 | | | | |
| To | Pianezza | | | 2 | | | 24.372 | | | | |
| AT | Nizza Monferrato | | | 5 | | | 14.455 | | | | |
| Totale cinema monitorati 2000 | | | | 139 | | | 6.015.876 | | | | |

* Nel 1999 le sale cinematografiche di Collegno, Venaria Reale, Acqui Terme, Borgo S. Dalmazzo, Bra, Dogliani e Castelletto Ticino sono state monitorate solo a partire da settembre. Pertanto, non è possibile effettuare confronti con i dati del 2000 inerenti alle medesime sale.

Fonte: elaborazione OCP su dati AGIS - Cinetel

⁶⁹ Esclusa Torino città.

⁷⁰ Le città monitorate in provincia di Torino sono: dal 1998 Pinerolo; dal 1999 Collegno e Venaria Reale; dal 2000 Carmagnola, Chieri, Chivasso, Ivrea, Moncalieri e Pianezza.

⁷¹ Il dato esclude gli spettatori della città di Torino.

è di quasi il 35%, in parte perso nella seconda metà dell'anno in seguito al segno negativo del periodo compreso tra agosto e novembre. Il mese con l'affluenza maggiore è stato luglio, con oltre il 300%, e dicembre, con quasi il 90% in più rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Nella provincia di *Alessandria* il numero delle sale monitorate resta invariato rispetto al 1999 assestandosi a 14 schermi, quattro in più rispetto al 1998. Il capoluogo alessandrino ha visto diminuire ulteriormente gli spettatori del 5,05% rispetto al 1999, arrivando a poco più di 330.000 e a 3,5 miliardi di incassi. Il periodo particolarmente positivo che va da aprile a luglio non ha compensato appieno le pesanti perdite del secondo semestre del 2000, solo in parte appianate dal mese di dicembre attraverso un aumento di quasi il 35%. Anche Casale Monferrato ha perso il 14,08% rispetto al 1999, scendendo sotto le 100.000 presenze e un miliardo di spesa. Le perdite maggiori si sono concentrate nella seconda metà dell'anno con variazioni che vanno dal -50% di agosto al -28,77% di novembre. A differenza dei due anni precedenti il mese di luglio ha visto l'apertura di una sala.

Nel complesso gli spettatori nell'alessandrino sono stati 487.077, per una spesa di poco più di 5 miliardi.

Il monitoraggio della provincia di *Asti*, rispetto agli anni precedenti non è più circoscritto al capoluogo ma include a partire dal novembre 2000 Nizza Monferrato, portando a 10 le sale considerate. Nel complesso sono stati rilevati 191.278 spettatori quasi esclusivamente delle sale di Asti, per una spesa di poco più di 2 miliardi. L'andamento mensile delle affluenze rispecchia quello regionale, con perdite consistenti nella seconda metà dell'anno ed aumenti rilevanti a luglio (+411,97%) e a dicembre (+30,96%).

Nella provincia di *Biella* l'unica città monitorata è il capoluogo che ha visto incrementare gli spettatori del 6,38%, in controtendenza rispetto agli altri capoluoghi di provincia, con un recupero parziale delle perdite del 1999 sul 1998. L'andamento negativo del secondo semestre non ha influito sul dato annuale che si è assestato su 226.201 spettatori, il 4% in meno rispetto al 1998. Il saldo positivo è anche dovuto all'apertura di due sale cinematografiche a luglio, a differenza dei due anni precedenti quando le sale erano tutte chiuse.

Più complicata la situazione nella provincia di *Cuneo* dove il multiplex di Borgo San Dalmazzo ha pesantemente influenzato le affluenze nel capoluogo. Aperto a poca distanza dalla città, il complesso è situato nelle vicinanze di un centro commerciale con un ampio parcheggio e servizi complementari di ristorazione disponibili nei pressi del cinema. La concorrenza esercitata da un complesso così competitivo rispetto alle sale preesistenti ha causato la chiusura nel corso del 2000 di tre dei quattro cinema in città, determinando una diminuzione del 67% degli spettatori ed un incasso di poco più di 500 milioni. Questo non ha comportato una diminuzione degli spettatori nella zona ma un loro spostamento dai cinema facenti parte del campione confrontabile sui tre anni. Infatti il multiplex ha totalizzato nel 2000 quasi 330.000 spettatori, oltre il 70% in più rispetto al totale dei cinema di Cuneo nel 1998.

Nel complesso la provincia di Cuneo ha registrato 560.000 spettatori per una spesa complessiva di 5,5 miliardi di lire. Il dato include i cinque schermi di Bra e i tre schermi di Dogliani per un totale di 19 schermi monitorati.

Il numero di schermi monitorati in provincia di *Novara* è sceso da 16 a 15 nel 2000 in seguito alla chiusura di una sala nel capoluogo. Gli spettatori del novarese sono stati quasi 600.000, di cui più della metà rilevati nel multiplex di Castelletto Ticino. Infatti, il complesso dotato di comfort e standard tecnologici moderni esercita una concorrenza nei confronti dei cinema di Novara, meno moderni, e di Borgomanero. Il multiplex ha totalizzato nel 2000 343.000 spettatori, il 7,44% in più rispetto agli spettatori di Novara e Borgomanero del 1999. La spesa complessiva provinciale è di 6,6 miliardi di lire.

Come per il Biellese, nella provincia di *Verbania* vengono monitorati i cinema del capoluogo. Gli spettatori sono scesi al di sotto delle 100.000 unità assestandosi a -12,99% rispetto al 2000, su di una spesa di meno di un miliardo. Il mese di maggiore affluenza è stato luglio a cui hanno fatto seguito dicembre (+69,32%), aprile (+53,06%) e maggio (+46,19%).

Anche nella provincia di *Vercelli* i quattro schermi del capoluogo sono gli unici rilevati. Gli spettatori sono stati 118.000 per una spesa di 1,3 miliardi. L'andamento delle affluenze si allinea a quello regionale con un inizio di anno positivo, il successo del mese di luglio che registra quasi il 90% d'incremento rispetto al 1999, ed un secondo semestre particolarmente negativo ripreso solo nel mese di dicembre con la programmazione natalizia. Il 2000 si chiude con una perdita del 5,43% rispetto all'anno precedente.

Multisale e multiplex in Piemonte nel 2000

Secondo uno studio elaborato da London Economics per conto di Media Salles, "l'effetto multiplex" è dato da strutture di almeno otto schermi, progettate specificatamente secondo criteri che individuano nei servizi di accoglienza al pubblico (parcheggio custodito, servizi di ristorazione, sale gioco, ecc.) l'elemento discriminante rispetto alle sale tradizionali. Questo perché la pluralità di schermi in un unico sito non rappresenta di per sé un'offerta integrata di livello superiore rispetto al cinema tradizionale. L'orientamento è quello dunque di definire multisale i cinema a più schermi nati dal frazionamento di grandi sale, per distinguerli dai complessi "autosufficienti" sotto il profilo dell'offerta di divertimento che integrano servizi ed offerte tra loro differenziate.

In Piemonte le multisale monitorate dall'AGIS sono salite a 26, per un totale di 74 schermi. I biglietti venduti sono stati 3,3 milioni, oltre la metà dei biglietti rilevati in tutto il territorio regionale. L'incidenza degli spettatori delle multisale è in continuo aumento e non solo in seguito all'inserimento di nuove sale nel campione monitorato. La tendenza al frazionamento di sale tradizionali risponde ad almeno due esigenze fondamentali per l'esercizio cinematografico: la gestione di più schermi in un unico edificio e la modernizzazione tecnologica e del comfort delle sale. Quasi tutte le multisale sono composte da un numero di schermi compreso tra i due e cinque e sono per lo più derivanti dal frazionamento di cinema tradizionali. Diverso il caso delle strutture di Castelletto Ticino e Borgo San Dalmazzo – rispettivamente di 7 e 10 schermi – di recente costruzione e localizzate in zone commerciali e industriali: la loro collocazione è assai più vicina alla tipologia multiplex che non a quella della multisala, seppure il corredo dei servizi attorno agli schermi non sia di grandissima varietà, dimensione e rilevanza. Gli effetti in termini quantitativi di questi due complessi sono tuttavia evidenti. La struttura di Borgo San Dalmazzo nelle vicinanze di Cuneo ha spostato il baricentro degli spettatori dal capoluogo, determinando la chiusura di tre dei quattro cinema in città, mentre il complesso di Castelletto Ticino ha influenzato pesantemente i consumi a Novara.

Uno studio condotto nel 2000 sui multiplex in Lombardia⁷² evidenzia come queste nuove strutture rappresentino un'opportunità di sviluppo dell'esercizio cinematografico ma spesso a spese dei locali preesistenti. La dinamica innescata può avere effetti positivi per lo spettatore che si trova a poter scegliere, a parità di offerta di programmazione, il locale che garantisce standard più elevati di qualità della struttura (qualità della visione, livello tecnologico delle attrezzature, disponibilità di divertimenti alternativi alla proiezione, ecc.). Tuttavia, se da un lato la competitività esercitata dai multiplex può avviare un fenomeno ciclico di rinnovamento e rigenerazione delle sale a disposizione degli spettatori, dall'altro si rileva come non esista una correlazione stretta tra dotazione di multiplex e aumento del pubblico.

Queste considerazioni evidenziano il rischio – specie nei territori a più basso consumo di cinema – di un gioco a somma zero, che sottrae attrezzature di limitate dimensioni nei centri urbani, per potenziare con grandi strutture luoghi periferici. Il punto critico non è certo un parziale riequilibrio centro-periferia, che rappresenta anzi un elemento di forza, ma le soglie di redditività necessarie a rendere conveniente l'esercizio delle attività. Se le nuove strutture non riescono a "creare" nuovo pubblico, corrono il rischio di essere meno elastiche di fronte alle congiunture e alle flessioni dei consumi rispetto alle meno moderne e attrezzate sale e multisale "tradizionali". Data la potenza nello "spostare" gli spettatori, nel cambiare la strut-

⁷² Giuseppe Delmastro, Fabrizio Montanari, Severino Salvemini, *Multiplex contra multiplex? Densità e mortalità nell'apertura di sale cinematografiche in Lombardia*. Milano: Istituto di Economia Aziendale dell'Università Bocconi, 2000. www.lombardia-spettacolo.com/documentazione/boccon_c.htm

tura dell'offerta, provocando non di rado la chiusura di molte strutture preesistenti, una eventuale interruzione di attività di un multiplex non si traduce solo in una perdita di schermi, ma spesso in una "desertificazione" del territorio che in precedenza aveva già perso le strutture meno competitive.

Il profilo dello spettatore cinematografico in Italia

In occasione dell'indagine sugli aspetti della vita quotidiana degli italiani⁷³ svolta nel corso del 1999, l'ISTAT ha analizzato la partecipazione a varie manifestazioni di spettacolo tra cui la frequentazione delle sale cinematografiche. Dall'indagine⁷⁴ emerge come il consumo di cinema in Italia interessi trasversalmente quasi la metà della popolazione, secondo modalità differenti.

Circa il 45% degli italiani è andato al cinema almeno una volta nel 1999 ma la frequentazione è fortemente diversificata a seconda delle regioni. La regione italiana con la più alta percentuale di partecipazione a spettacoli cinematografici è il Lazio dove oltre la metà della popolazione regionale si reca al cinema almeno una volta all'anno, all'opposto, in Calabria, i due terzi della popolazione regionale non si recano mai al cinema. Subito dopo, con il 48,9%, si trova la Toscana, a cui fanno seguito l'Emilia-Romagna (48%) e la Lombardia (47,9%). Al sesto posto dopo le Marche si colloca il Piemonte, dove il 45,3% della popolazione di più di sei anni usufruisce di spettacoli cinematografici una volta all'anno.

Dei quasi 25 milioni di italiani che vanno al cinema, circa il 52% si è recato da una a tre volte nel corso dell'anno, il 25,3% da quattro a sei volte e il 13% da sette a dodici. Solo il 10% si reca al cinema più di una volta al mese.

All'interno di questa prima stratificazione le dinamiche di consumo sono alquanto diversificate a seconda delle zone, delle classi di età e delle categorie sociali e professionali.

Uno dei fattori che influenza il consumo è relativo al livello di istruzione più ancora che all'età: più è elevato, maggiore è la frequentazione delle sale cinematografiche⁷⁵. Tuttavia, a parità di livello di scolarizzazione i giovani sono più propensi ad andare al cinema.

Le dinamiche territoriali evidenziano come nell'Italia centrale la propensione al consumo sia più elevata di cinque punti percentuali rispetto alla media nazionale, mentre il Nord-Ovest si colloca di poco al di sopra della media (solo un punto percentuale in più). Scendendo nel dettaglio, nelle aree metropolitane la frequentazione delle sale è un'abitudine maggiormente consolidata con consumi di molto superiori alla media nazionale, mentre nei piccoli comuni al di sotto dei 2.000 abitanti si hanno i consumi più bassi.

Dall'analisi dei dati a partire dal 1993 emerge come proprio la fascia di popolazione con consumi più bassi sia quella maggiormente sensibile alla programmazione nelle sale. Lo dimostra il fatto che nel 1998, anno del colossale *Titanic*, la percentuale di chi ha visto almeno un film in sala è salita al 47,3% ed è ridiscesa l'anno successivo, mentre è aumentata ulteriormente nel triennio 1997-1999 la percentuale di coloro che sono andati al cinema da una a tre volte nel corso dell'anno. Sempre congruente con "l'effetto Titanic" è il fatto che la frequenza nei comuni di provincia, pur rimanendo di molto al di sotto della media nazionale, è aumentata in modo significativo rispetto alle aree metropolitane dove, peraltro, la frequenza era già a livelli medio-alti. Il fenomeno ha interessato in particolar modo le categorie degli operai, lavoratori in proprio, casalinghe e ritirati dal lavoro, mentre è sostanzialmente invariata la fruizione di cinema fra i ceti superiori e gli studenti.

Ciò che emerge da quest'indagine, ma anche da altri studi di settore, è che il pubblico del cinema si fa via via più "elitario", assomigliando sempre più ad altre tipologie di "consumatori" culturali. I dati sopra riportati, letti con l'ottica del bicchiere mezzo vuoto invece che mezzo pieno, dicono in termini grossolani che più della metà degli italiani al di sopra dei sei anni non è andata nemmeno una volta al cinema nell'ultimo anno. Questo dato con lievi differenze riguarda anche la lettura di libri: infatti più della metà degli italiani non ha letto

⁷³ Il campione è relativo a oltre 20.000 famiglie distribuite su tutto il territorio nazionale, per un totale di 60.000 individui al di sopra dei sei anni.

⁷⁴ ISTAT *Gli italiani e il cinema. Anno 1999. Statistiche in breve*, 2000.

⁷⁵ Quasi il 70% dei laureati, il 67% dei diplomati, il 50,5% dei possessori di licenza media e il 21,5% con la licenza elementare frequentano sale cinematografiche.

nemmeno un libro nell'ultimo anno e, nella maggior parte dei casi, chi risulta averne letto almeno uno ha anche visto come minimo un film. Com'è ovvio, la causa non è una maggior complessità del linguaggio cinematografico o una tendenza elitaria della produzione cinematografica nel suo insieme, bensì un mutamento profondo nel comportamento degli utenti. Recarsi al cinema sta diventando una componente di comportamenti ad alto consumo culturale: estremizzando, i frequentatori del cinema appartengono all'insieme di coloro che trovano naturale leggere qualche libro, andare a teatro, visitare le mostre o i musei, andare al cinema, appunto. Non si tratta della maggioranza della popolazione. Per tutti gli altri il consumo di cinema può essere soddisfatto attraverso canali alternativi e altrettanto efficaci: tv, video cassette, dvd, ecc. Parrebbe questo uno dei motivi per i quali incide così pesantemente la programmazione dei blockbuster: solo film di grandissimo richiamo, solo altri "Titanic", convincono una parte di coloro che non vanno neanche una volta all'anno al cinema a compiere questo sforzo, in qualche modo ad aderire a un rito che non fa più parte del proprio quotidiano. E le statistiche puntualmente registrano un picco in quella occasione. Laddove invece il cinema è un'abitudine di consumo allargata e diffusa, la programmazione incide meno: si è abituati ad uscire per andare al cinema con una certa regolarità e quindi si sceglie all'interno dell'offerta disponibile con maggior scioltezza, senza bisogno dell'evento eccezionale, si è disponibili a fare scoperte o ad essere delusi senza troppa preoccupazione. D'altro canto lo slittamento da un consumo di massa a un consumo in qualche modo "elitario" è tutto leggibile nei dati storici: nel 1951 a Torino si sono venduti più di 23,5 milioni di biglietti cinematografici contro i 3,2 milioni del 2000. Dopo l'avvento della televisione e di tutti i mezzi sostitutivi attuali per il consumo di film, non è il cinema in quanto espressione artistica ad essere in discussione ma è invece la frequenza alle sale, il recarsi al cinema per vedere un film che assume oggi un significato assai diverso rispetto al passato e fa riferimento a modelli culturali sempre meno di massa.

Se almeno in parte queste considerazioni colgono nel segno delle dinamiche complesse che interessano i consumi culturali, allora emerge una riflessione ulteriore a proposito dei multiplex. Se effettivamente queste strutture non riescono ad ampliare la domanda e ad attirare le fasce di più debole consumo in virtù di una offerta di loisir integrata, fortemente attrezzata ed accessibile, ma subiscono a loro volta la tirannia della programmazione dei blockbuster, allora corrono il rischio di allontanare la fascia di consumatori più motivata e partecipe, i "cinefili urbani", coloro che abitualmente escono la sera per attività culturali, senza guadagnare altrove un pubblico stabile capace di sostenere gli investimenti in tecnologie e strutture edilizie necessarie per questi grandi complessi.

GLI ASPETTI ECONOMICI E OCCUPAZIONALI

2.1 LE RISORSE PER LA CULTURA

Una stima complessiva delle risorse pubbliche per la cultura in Piemonte (che comprende la spesa dello Stato, della Regione, dei Comuni e delle Province) ammonta per il 1999 a circa 460 miliardi di lire, equamente ripartiti tra attività e beni culturali.

Tale stima, costruita sulla base di informazioni molto diverse per tipologia, fonte e livello di completezza, rappresenta un'approssimazione per difetto delle risorse reali. Non comprende infatti interventi sul patrimonio culturale la cui gestione è affidata ad assessorati diversi da quelli alla cultura; al tempo stesso non è stata inclusa la quota di interventi che, pur riguardando le attività e i beni culturali, è cofinanziata da altri assessorati. Per ciò che concerne la spesa dei comuni sono stati utilizzati i dati riassuntivi di bilancio dei 44 comuni piemontesi al di sopra dei 15.000 abitanti, ma non quelli dei comuni con popolazione inferiore ai 15.000 abitanti. Per quanto riguarda la spesa dello Stato sono compresi i dati a consuntivo 1999 del Fondo Unico per lo Spettacolo, i piani di spesa delle Soprintendenze piemontesi, mentre per archivi e biblioteche statali i dati utilizzati sono frutto di stime a partire da dati relativi al 1997. È inclusa la spesa per le biblioteche civiche, per le biblioteche nazionali e per gli archivi di Stato, ma sfuggono al conteggio le biblioteche specializzate e universitarie. I 460 miliardi stimati includono inoltre la quota degli utili destinata al Piemonte dai finanziamenti dei fondi del Lotto, ma non comprendono le risorse di carattere straordinario destinate alla realizzazione di interventi su specifici beni culturali. Tra questi vanno citati i finanziamenti relativi all'accordo di programma – a cui partecipano Comunità Europea, Stato, Regione, enti locali – per il recupero e riutilizzo della Reggia di Venaria e per gli interventi di infrastrutturazione – come la viabilità generale e il sistema degli accessi al complesso – stimati in circa 400 miliardi; va inoltre compresa la spesa complessiva di oltre 90 miliardi per la realizzazione dell'intervento di ricostruzione e ripristino del Duomo e del Palazzo Reale di Torino nell'ambito del Piano di interventi di interesse nazionale relativi a percorsi giubilari e pellegrinaggi in località al di fuori del Lazio.

Alle risorse pubbliche per cultura vanno aggiunte quelle di soggetti istituzionali non pubblici quali le Fondazioni di origine bancaria e le Consulte per la valorizzazione del patrimonio artistico e culturale, che ammontano complessivamente nel 1999 a circa 50 miliardi di lire e rappresentano una quota pari a circa il 10% delle risorse pubbliche investite nel settore culturale. Tale importo non rappresenta che una quota, seppur molto significativa, delle risorse

¹ Fonte: SIAE, *il Quaderno dello spettacolo in Italia. Statistiche 1999*. In regione la spesa complessiva per le attività teatrali e musicali è di lire 55.215.496.000, mentre per il cinema è di 78.247.479.000.

² Nel rilevamento statistico mensile non è compreso l'incasso complessivo di mostre e musei. Si tenga conto che sono più di 60 le differenti tipologie d'ingresso che danno luogo a differenze di pagamento tra i musei rilevati.

³ La spesa relativa a province e comuni è stata stimata utilizzando i dati di bilancio. Fonte: IRES, Osservatorio sulla Finanza Locale.

⁴ Per il 1999 sono disponibili i certificati di bilancio di 42 comuni, la cui spesa per cultura ammonta complessivamente a 203 miliardi, di cui quasi 135 destinati ad attività culturali e 68 impiegati per musei. Per gli altri due comuni al di sopra dei 15.000 la spesa è stata stimata utilizzando i certificati di bilancio degli anni precedenti.

⁵ Il dato di spesa relativo alla provincia di Novara è frutto di stima. Per quanto riguarda la provincia di Cuneo il dato si riferisce al bilancio di previsione.

messe a disposizione da parte di attori privati per il settore culturale. Sfugge infatti alla rilevazione quella parte dei flussi finanziari destinati a investimenti e attività nel settore dell'arte e della cultura da parte di fondazioni, associazioni – che operano con risorse proprie – istituti di credito, università, ecc., nonché la spesa per sponsorizzazioni sostenuta da aziende pubbliche e private nel settore culturale.

Un altro capitolo riguarda la spesa dei cittadini per lo spettacolo dal vivo e per il cinema, che ammonta a circa 133 miliardi¹. Per l'ingresso a mostre e musei, si stima una cifra attorno agli 8,2 miliardi².

Si arriva in questo modo attorno ai 640-650 miliardi nel conteggio delle risorse disponibili per i beni e le attività culturali. Questa cifra – già conteggiata per difetto per i motivi sopra esposti – non rappresenta in realtà l'insieme delle spese e delle risorse per la cultura.

Una stima complessiva dovrebbe infatti comprendere:

- il giro d'affari dell'industria culturale e dei media;
- la spesa dei privati per opere d'arte;
- il fatturato delle gallerie d'arte (non oggetto di censimento da parte dell'OCP);
- la spesa per hi-fi, videoregistratori, lettori DVD, per acquisto e noleggio di DVD, cassette e CD;
- i proventi degli artisti per diritti d'autore;
- la spesa per il consumo di musica dal vivo nei locali.

Rispetto a questo complesso di risorse è possibile stimare l'attività di editoria libraria in 1.600 miliardi di fatturato, e quella relativa all'industria audiovisivo-multimediale in oltre 220 miliardi.

Le risorse afferenti ai subsettori direttamente osservati dall'OCP si quantificherebbero quindi per il 1999 attorno ai 2.500 miliardi.

Nei paragrafi successivi vengono brevemente descritti i principali risultati dell'indagine relativa alle risorse destinate alla cultura.

La spesa dei comuni e delle province³

Per il 1999 la spesa per la cultura dei 44 comuni piemontesi al di sopra dei 15.000 abitanti è stimata in circa 210 miliardi⁴. Tale importo evidenzia un aumento di oltre il 10% rispetto al 1998 e conferma un trend di crescita già registrato negli anni precedenti: si era passati infatti dai circa 153 miliardi nel 1996 ai quasi 165 nel 1997 e ai 190 miliardi nel 1998.

Dei 210 miliardi complessivi 140 sono destinati ad attività culturali e 70 a musei, biblioteche e pinacoteche. Nel 1999 sono le attività culturali a registrare l'incremento maggiore, pari al 15% rispetto al 1998, mentre la spesa per musei, biblioteche e pinacoteche cresce del 2%. Viceversa, tra il 1997 e il 1998 l'aumento più consistente riguardava la spesa per musei, biblioteche, pinacoteche (+20%), contro un incremento del 12% per le attività culturali.

L'incidenza delle spese in conto capitale per i beni culturali è del 14%, mentre per quanto riguarda le attività culturali si registra un'incidenza delle spese in conto capitale pari al 46%. Rispetto al 1998 la spesa media complessiva per abitante è cresciuta del 12%, passando da 83.357 lire a 93.575 lire, con punte massime a Torino (più di 137.000 lire nel 1999 contro le 117.000 del 1998), Asti (più di 123.000 lire), Novi Ligure (circa 122.000 lire) e Alba (oltre 121.000 lire).

L'incidenza media della spesa corrente per la cultura sul totale delle spese correnti nel 1999 è pari al 3,76%, registrando una diminuzione rispetto al 1998, quando si attestava al 4,09%.

Per ciò che concerne le amministrazioni provinciali, nel 1999 la spesa supera i 25 miliardi⁵, di cui una quota superiore al 70% è riferita alla Provincia di Torino. Se confrontato con il 1998, anno in cui la spesa complessiva era stimata attorno ai 13 miliardi, il dato risulta rad-

doppiato. È bene tuttavia tener presente che per il 1998 per le province di Torino e di Cuneo erano disponibili solo i bilanci di previsione (il dato preventivo relativo alla provincia di Torino era di 5,7 miliardi, circa un terzo di quello relativo al 1999).

La spesa della regione

La spesa della regione si suddivide in due grandi capitoli afferenti rispettivamente alla Direzione Beni Culturali e alla Direzione Promozione Attività Culturali, Istruzione e Spettacolo.

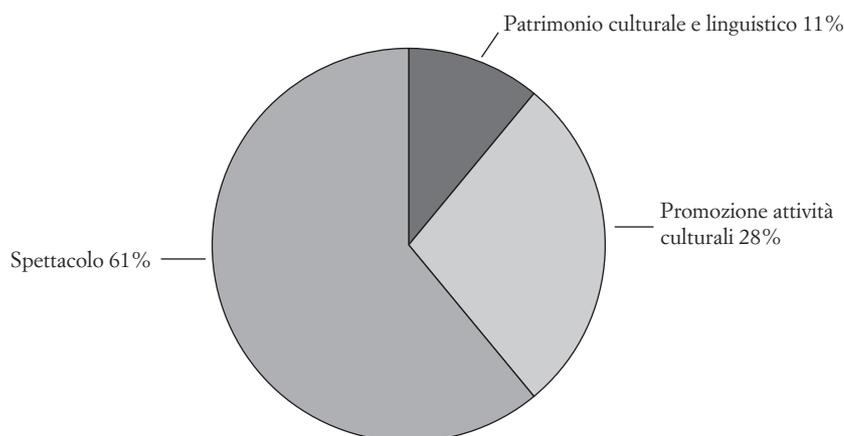
La Direzione Promozione Attività Culturali, Istruzione e Spettacolo si articola a sua volta in cinque settori: Istruzione, Edilizia scolastica, Promozione attività culturali, Spettacolo, Promozione del patrimonio culturale e linguistico. Scorporando la quota di spesa relativa all'istruzione e all'edilizia scolastica, l'ammontare della spesa destinata alla promozione delle attività culturali, del patrimonio culturale e linguistico e dello spettacolo, per il 1999 è di 49,7 miliardi, con un aumento del 24% rispetto al 1998. L'andamento positivo della spesa di questi settori è confermato dal dato a consuntivo della spesa per il 2000, che supera i 50 miliardi.

La distribuzione tra i diversi capitoli di spesa è illustrata nella figura 21.

A partire dal 2001 una parte rilevante delle funzioni amministrative riguardanti le attività culturali e lo spettacolo è stata trasferita alle province, che quindi andranno a rafforzare le proprie competenze nel settore culturale anche per ciò che concerne le politiche distributive delle risorse pubbliche nei confronti degli attori presenti sul territorio.

La spesa della Direzione Beni e Attività Culturali, che comprende anche biblioteche, archivi e istituti culturali e i beni librari, ammonta nel 1999 a oltre 84,6 miliardi. Il dato relativo al 1999 conferma il trend di forte crescita della spesa sostenuta da questa Direzione⁶ evidenziato già negli anni precedenti. La dinamica di incremento della spesa è rafforzata ulteriormente se si considera che per gli stessi settori nel 2000 l'importo complessivo supera i 90 miliardi.

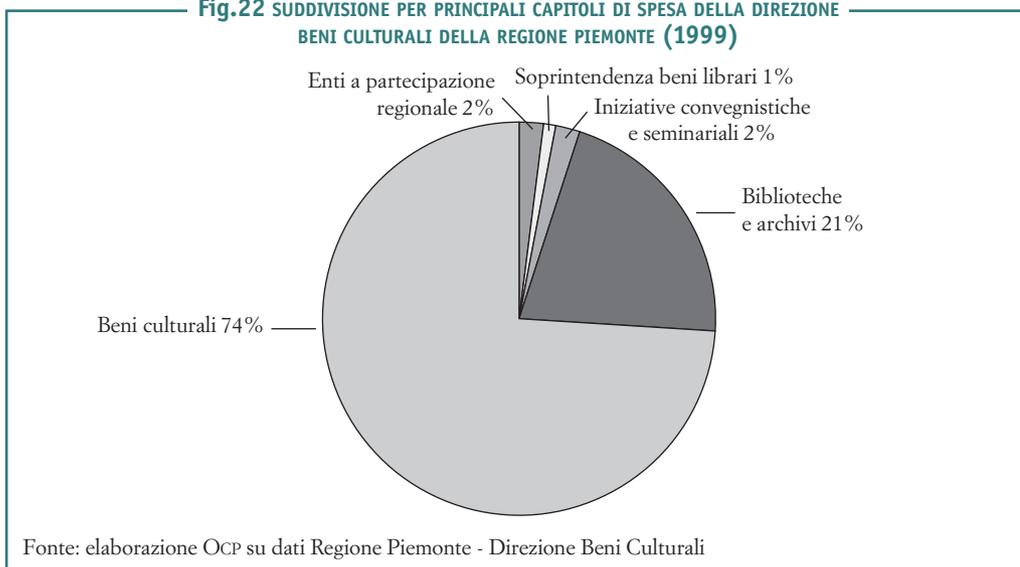
Fig.21 SUDDIVISIONE PER TIPOLOGIA D'INTERVENTO DELLA DIREZIONE ATTIVITÀ CULTURALI DELLA REGIONE PIEMONTE (1999)



Fonte: elaborazione OCP su dati Regione Piemonte - Direzione Promozione e Attività Culturali, Istruzione e Spettacolo

⁶ Per i beni culturali si passa dai 38 miliardi nel 1996, ai 51 nel 1997, ai 50 nel 1998 e ai 63 nel 1999. Per biblioteche, archivi e istituti culturali, il confronto fra i dati relativi al 1996, in cui la spesa ammontava a 8,8 miliardi, e quelli del 1999 (17,5 miliardi) evidenzia un raddoppio della spesa.

Fig.22 SUDDIVISIONE PER PRINCIPALI CAPITOLI DI SPESA DELLA DIREZIONE BENI CULTURALI DELLA REGIONE PIEMONTE (1999)



La ripartizione della spesa nei principali capitoli della Direzione Beni Culturali per il 1999 è illustrata nella figura 22.

È da sottolineare che l'insieme delle risorse censite non riguarda le somme destinate alla Reggia di Venaria, conteggiate a parte data l'eccezionalità dell'intervento. Si evidenzia come la politica di valorizzazione dei beni culturali trovi nella programmazione annuale delle risorse e nella distribuzione territoriale il suo punto di forza. L'intervento di Venaria non esaurisce affatto le risorse destinate ai beni culturali, ma ne rappresenta invece l'elemento di maggiore evidenza. Nella stessa Direzione l'accordo di programma siglato nel 2001 tra Stato e Regione Piemonte consentirà l'afflusso di oltre 700 miliardi di lire destinati sia al circuito delle Residenze Reali, sia ad una quantità di beni e complessi architettonici diffusi sul territorio regionale.

All'incardinarsi degli interventi sul circuito delle Residenze Sabaude si accompagna una politica di spesa allargata ad altri beni, con l'obiettivo di una valorizzazione sistematica dei beni culturali e del coinvolgimento in processi di sviluppo locale dell'intero territorio regionale.

La spesa dello Stato

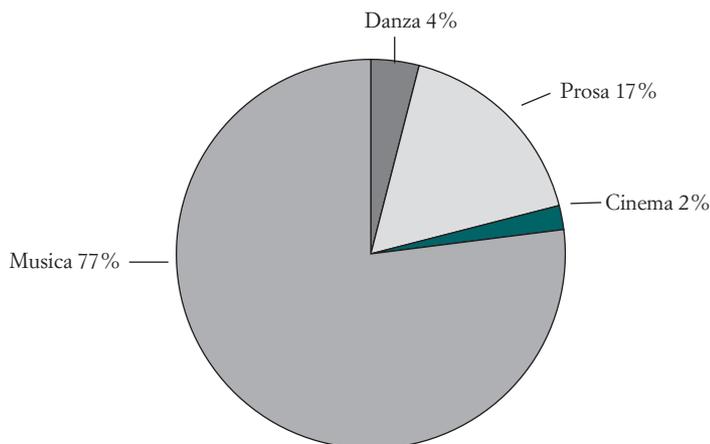
Fondo Unico dello Spettacolo

Le risorse del Fondo Unico dello Spettacolo destinate al Piemonte ammontano nel 1999 a 45,7 miliardi⁷, registrando un incremento del 7,5% rispetto al 1998 e del 12% rispetto al 1997. La quota destinata al Piemonte rappresenta il 4,7% del totale nazionale, che è pari a 960 miliardi.

La ripartizione del Fondo fra i diversi settori (danza, prosa, cinema e musica) evidenzia come sia la musica, con un importo pari a 35,4 miliardi (ossia il 77% del totale destinato al Piemonte), a drenare la maggior parte delle risorse. A sua volta la suddivisione all'interno del settore musica fra enti lirici, teatri di tradizione, attività concertistiche-corali e festival, mette in luce come la grande maggioranza delle risorse si concentri sulla lirica, che rappresenta una percentuale pari al 90% delle risorse destinate al settore musica. Ad essa, seppur

⁷ Fonte: Ministero per i Beni e le Attività Culturali - Osservatorio Culturale dello Spettacolo, *Relazione sulla utilizzazione del Fondo Unico per lo Spettacolo 1999*.

Fig.23 RIPARTIZIONE DEI FINANZIAMENTI DEL FONDO UNICO DELLO SPETTACOLO IN PIEMONTE, PER SETTORE (1999)



Fonte: elaborazione OCP su dati Regione Piemonte - Direzione Beni Culturali

con grande distacco, seguono la prosa (7,6 miliardi), la danza (1,8 miliardi) e il cinema (946 milioni). Per ciò concerne la localizzazione territoriale, il 93,5% delle risorse si concentra nella provincia di Torino.

La figura 23 riporta la ripartizione del Fondo nei diversi settori.

Soprintendenze, Archivi di Stato e Biblioteche statali

Le risorse ordinarie a disposizione delle Soprintendenze e degli altri organi periferici dello Stato (Archivi di Stato, Biblioteca Reale e Biblioteca Nazionale Universitaria) ammontano nel 1999 a circa 28 miliardi⁸.

La *Soprintendenza per i Beni Architettonici e il Paesaggio* ha il compito di tutelare gli edifici, le ville, i parchi, i giardini e i complessi monumentali di particolare interesse di proprietà sia pubblica che privata presenti sul territorio regionale. Ad essa è anche affidata la gestione di nove beni di proprietà del Demanio dello Stato: Abbazia di Vezzolano, Castello di Agliè, Castello di Moncalieri, Castello di Racconigi, Castello di Serralunga, Castello di Venaria, Forte di Gavi, Palazzo Chiabrese e Palazzo Reale di Torino. La Soprintendenza ha inoltre competenze nel campo della tutela ambientale, provvede ad emettere nuovi vincoli di tutela monumentale, ha interessi sulla sicurezza degli edifici monumentali, sulla tutela dei lavoratori dipendenti, sui cantieri gestiti dalla stessa, sulla programmazione di lavori a livello regionale, contributo e agevolazioni fiscali. Il completamento degli interventi sulla Reggia di Venaria, finalizzati al restauro e riuso funzionale del complesso – che diventerà un importante polo espositivo e ospiterà un centro nazionale di restauro – rappresenta uno dei principali obiettivi della Soprintendenza, così come i lavori di recupero finalizzati all'ampliamento del percorso espositivo del Castello Ducale di Agliè e all'apertura al pubblico dell'intero complesso – castello e parco – del Castello di Racconigi.

Alla *Soprintendenza per i Beni Archeologici* è affidata la tutela dei beni mobili e immobili di interesse archeologico ed è riservata la ricerca degli stessi mediante l'attività di scavo, su tutto il territorio regionale. Dalla Soprintendenza dipendono il Museo di Antichità di Torino e le aree archeologiche. Fra i progetti in corso di attuazione e in programma rivestono particolare rilievo: l'ampliamento del percorso espositivo del Museo di Antichità, con l'allestimento

⁸ Fonte: per ciò che concerne le Soprintendenze piemontesi sono stati utilizzati i piani di spesa 1999, per archivi e biblioteche il dato è frutto di stima a partire dai dati 1997 (SISTAN, *Statistiche Culturali - anno 1997*).

della terza sezione dedicata all'archeologia di Torino, la valorizzazione dell'area archeologica del teatro romano e l'allestimento di quella contigua della basilica del Salvatore. A questo si accompagnerà un'ulteriore espansione del percorso del Museo di Antichità all'interno del piano seminterrato della manica nuova di Palazzo Reale, dove si conserva parte dei resti del teatro romano.

La *Soprintendenza Archivistica per il Piemonte e la Valle d'Aosta* ha carattere interregionale poiché esercita le sue competenze sia sul territorio della regione Piemonte, sia su quello della Valle d'Aosta. Non conserva, nemmeno indirettamente, beni archivistici, ma svolge funzioni di vigilanza sugli archivi non statali. Fra i progetti per il triennio 2001-2003 riveste particolare importanza lo sviluppo della banca dati informatizzata sugli archivi vigilati, intesa come strumento conoscitivo e di tutela. Entro il primo anno una parte delle informazioni sarà resa disponibile su Internet nel sito del Ministero, mentre proseguirà la politica di scambio di dati con la Regione Piemonte. L'obiettivo è quello di dare vita ad un sistema informativo nazionale integrato con finalità di gestione delle procedure (ispezioni, consulenze, dichiarazioni di notevole interesse storico, inventariazioni, autorizzazioni a scarti, trasferimenti, esportazioni, restauri, notizie su furti, acquisti, ecc.) e di sostegno alla ricerca scientifica mediante diffusione di informazioni sul patrimonio vigilato. Già attualmente, mediante gli inventari cartacei, sono disponibili informazioni analitiche sul contenuto dei fondi archivistici.

La *Soprintendenza per il Patrimonio Storico, Artistico e Demoantropologico* esercita i propri compiti istituzionali su quattro edifici in consegna dallo Stato – Palazzo Carignano, Galleria Sabauda, Armeria Reale e Villa della Regina – e sugli oggetti di propria competenza in edifici demaniali, quali Residenze Sabaude, edifici vincolati, di proprietà sia pubblica che privata sull'intero territorio regionale. Il progetto per il recupero complessivo di Villa della Regina, già avviato nel triennio 1998-2000, prevede la creazione del Museo della Residenza, la realizzazione di percorsi storici nel giardino e nel parco e la creazione di un Centro Regionale di Catalogo e Documentazione⁹. Tale progetto, come pure il restauro (in fase di avvio) e il riallestimento della Galleria del Beaumont all'Armeria Reale, il trasferimento della Galleria Sabauda presso la manica nuova di Palazzo Reale, il restauro delle facciate e il recupero di spazi – in funzione di una loro migliore distribuzione fra Soprintendenza e Museo del Risorgimento – al Palazzo Carignano, costituisce uno dei principali obiettivi per il triennio 2001-2003.

La *Soprintendenza al Museo delle Antichità Egizie* è una Soprintendenza speciale con compiti di tutela, conservazione, promozione e valorizzazione del materiale conservato presso il Museo Egizio. Nell'agosto 2000 sono state aperte, con un nuovo allestimento, le due sale dedicate alla Preistoria e all'Antico Regno. È attualmente in corso la realizzazione del piano di fattibilità per l'utilizzo degli spazi che ospitano l'adiacente Galleria Sabauda. L'ampliamento degli spazi, oltre a consentire il miglioramento del percorso espositivo, offrirebbe la possibilità di disporre di sale per esposizioni temporanee, per l'organizzazione di seminari e conferenze, ecc., e al tempo stesso renderebbe possibile l'ampliamento della biblioteca – la più importante in Italia per l'egittologia – e la realizzazione di un percorso parallelo a quello tradizionale di visita, allestito con le opere attualmente non esposte.

A partire dal 1998, attraverso il Ministero per i Beni e le Attività Culturali, lo Stato si è impegnato con programmi triennali di investimenti su specifici beni culturali, da realizzarsi con finanziamenti derivanti dagli utili del gioco del Lotto¹⁰.

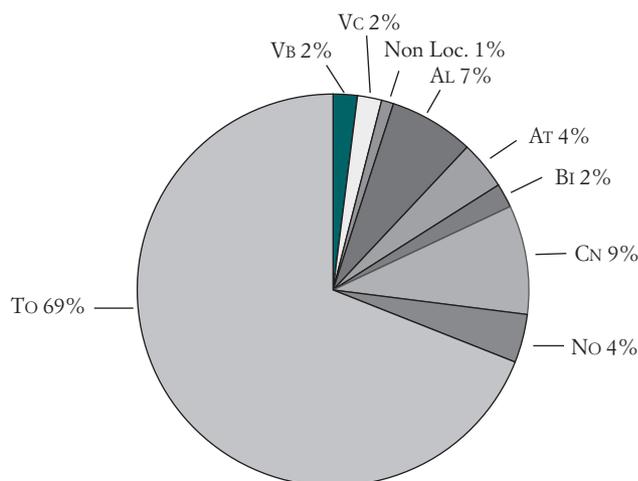
I finanziamenti derivanti dal gioco del Lotto ammontano per il Piemonte, per il periodo 1998-2000, a circa 67 miliardi¹¹ e interessano, per questa prima programmazione, la Reggia di Venaria, il Castello di Racconigi, Villa della Regina, oltre che gli Archivi di Stato di Torino, Novara, Asti, Vercelli e Biella e le due biblioteche statali (Biblioteca Nazionale

⁹ Il Centro Regionale di Catalogo e Documentazione, promosso anche da Regione Piemonte e Provincia di Torino, prevede l'istituzione di una banca dati, la promozione di attività formative, l'aggiornamento degli strumenti e la valorizzazione e divulgazione dei dati.

¹⁰ Il provvedimento normativo che prevede lo stanziamento di una quota degli utili derivanti dal gioco del Lotto per il recupero e la conservazione del patrimonio culturale statale, ma anche di altre istituzioni ed enti pubblici è la legge 662 del 1996. Dal 2001 lo stanziamento dei fondi è anche previsto per il recupero del paesaggio.

¹¹ Fonte: Ministero per i Beni e le Attività Culturali.

Fig.24 RIPARTIZIONE DELLA SPESA PUBBLICA PER LA CULTURA IN PIEMONTE, PER PROVINCIA (1999)



Fonte: elaborazione OCP su dati IRES - Osservatorio sulla Finanza Locale, Regione Piemonte, Ministero per i Beni e le Attività Culturali

Universitaria e Biblioteca Reale) e il Museo Egizio. La quota destinata a beni piemontesi rappresenta oltre il 12% dei finanziamenti con fondi del Lotto in tutta Italia, che raggiungono complessivamente la somma di circa 900 miliardi. La programmazione triennale 2001-2003 dei finanziamenti prevede per il Piemonte un incremento degli stanziamenti di oltre il 30%¹² rispetto al primo triennio, per un importo complessivo di oltre 88 miliardi¹³ e una maggiore diversificazione degli interventi a beneficio di altri beni/istituzioni¹⁴.

Gli interventi dei privati

La spesa delle fondazioni di origine bancaria

Il Piemonte, con 12 fondazioni di origine bancaria, risulta la seconda regione per numero di istituzioni, preceduta da Emilia-Romagna, con 19 fondazioni e seguita da Toscana e Marche, rispettivamente con 11 e 8 fondazioni. Il numero complessivo delle fondazioni su tutto il territorio nazionale è di 88¹⁵, con una disponibilità complessiva per erogazioni nei diversi settori (istruzione, sanità, ricerca scientifica, ecc.) che è andata crescendo nel corso degli anni, passando dagli oltre 833 miliardi nel periodo 1996-1997, ai 925 miliardi nel periodo 1997-1998 fino ad arrivare a 1.551,5 miliardi nel 1998-1999, con un aumento di circa l'86% fra il primo e l'ultimo periodo considerato¹⁶.

L'incremento della disponibilità per erogazioni si è tradotto anche in un aumento delle risorse destinate al settore artistico e culturale: le erogazioni deliberate dalle sole Fondazioni Cassa di Risparmio nel 1998 ammontano a 150 miliardi, con un incremento percentuale del 33,9% rispetto all'anno precedente. Un confronto delle erogazioni destinate ai settori rilevanti¹⁷ (ricerca scientifica, istruzione, arte, conservazione e valorizzazione dei beni e delle attività culturali e dei beni ambientali, sanità e assistenza alle categorie sociali deboli) sempre limitatamente alle Fondazioni Cassa di Risparmio, consente di situare al primo posto l'importo complessivo per arte e cultura, pari al 35,8% delle erogazioni totali¹⁸.

Delle 12 fondazioni di origine bancaria piemontesi due hanno sede a Torino (Compagnia di SanPaolo e Fondazione Cassa di Risparmio di Torino), cinque nella provincia di Cuneo (le Fondazioni Cassa di Risparmio di Bra, Cuneo, Fossano, Saluzzo e Savigliano), due in quella

¹² La programmazione triennale fornisce un dato di massima degli interventi e stanziamenti da realizzare; ogni anno essi vengono ridefiniti in modo più puntuale.

¹³ Fonte: Ministero per i Beni e le Attività Culturali.

¹⁴ La programmazione per il triennio 2001-2003 prevede stanziamenti a favore di interventi presso la Palazzina di Caccia di Stupinigi, il Castello di Masino, la Galleria Sabauda, Palazzo Carignano - Museo del Risorgimento, il Forte di Exilles, Villa della Regina, il Castello di Racconigi, la Reggia di Venaria, la Biblioteca Nazionale, gli Archivi di Stato di Asti, Novara Torino, Vercelli.

¹⁵ Fonte: Centro di Documentazione delle Fondazioni, Fondazione Giovanni Agnelli.

¹⁶ Fonte: ACRI, *Quinto rapporto sulle Fondazioni Bancarie*. ACRI: 2000.

¹⁷ La definizione dei settori rilevanti è prevista dal D.lgs 17 maggio 1999, n. 153. Fra i diversi settori ai quali ciascuna fondazione indirizza la propria attività deve essere incluso almeno uno di quelli rilevanti (la disposizione è prevista dall'Atto di indirizzo a carattere generale in materia di adeguamento degli statuti delle fondazioni alle disposizioni della L. 23 dicembre 1998 n. 461 e del D.lgs 17 maggio 1999, n. 53).

¹⁸ Fonte: ACRI, *Quinto rapporto sulle Fondazioni Bancarie*. ACRI: 2000. I dati, relativi al 1998, sono riferiti esclusivamente alle erogazioni delle Fondazioni Cassa di Risparmio, che rappresentano tuttavia oltre l'80% delle fondazioni di origine bancaria italiane.

di Alessandria (Fondazioni Cassa di Risparmio di Alessandria e di Tortona) e una Fondazione Cassa di Risparmio nelle province di Asti, Biella e Vercelli.

Nel 1999 le erogazioni delle fondazioni piemontesi nel settore arte e cultura ammontano complessivamente a circa 60 miliardi¹⁹, di cui oltre l'80%, per un importo pari a quasi 50 miliardi, localizzati in Piemonte.

Si tratta di una spesa in forte aumento nel corso degli anni: i due maggiori soggetti per ordine di spesa, (Compagnia di SanPaolo e Fondazione CRT) nel 1999 hanno erogato risorse per il settore cultura e arte pari, complessivamente, a 47,6 miliardi²⁰, contro i 34 miliardi totali del 1998 e i 24 del 1997. Dei 47,6 miliardi per erogazioni nel settore arte e cultura, oltre il 75% – per un importo pari a oltre 36 miliardi – è destinato al Piemonte.

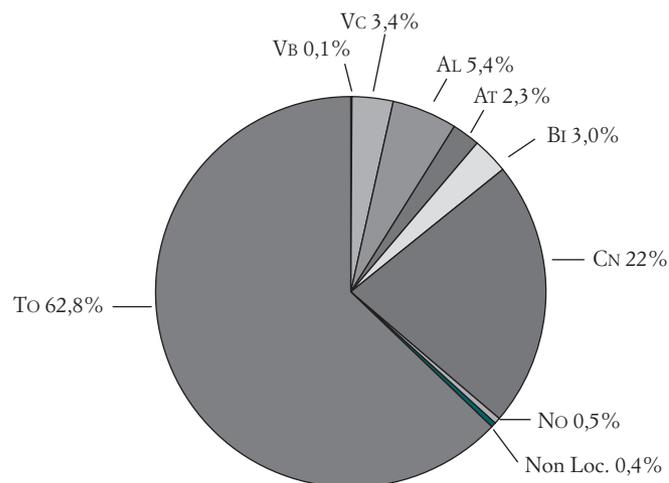
I dati relativi all'esercizio 1999-2000, disponibili per la Fondazione CRT, confermano la dinamica di crescita: le erogazioni per il settore arte e cultura ammontano nell'esercizio 1999-2000 a oltre 30 miliardi²¹, registrando un raddoppio rispetto al 1998-1999 (in cui la spesa per arte e cultura era stata di oltre 15,7 miliardi).

Per l'esercizio 1999 il settore arte e cultura rappresenta il 22% delle erogazioni complessive della Compagnia di SanPaolo e oltre il 34% delle erogazioni da parte della Fondazione CRT. La spesa nel settore culturale per il 1999 delle fondazioni di origine bancaria aventi sede in Piemonte rappresenta una quota rilevante delle erogazioni complessive delle Fondazioni Cassa di Risparmio in questo settore.

Le erogazioni delle altre fondazioni piemontesi ammontano nel settore arte e cultura, per l'esercizio 1998-1999, a 11,5 miliardi, destinati quasi esclusivamente a interventi nella provincia in cui hanno sede. La figura 25 illustra la ripartizione delle erogazioni per provincia del complesso delle fondazioni piemontesi.

Per quanto riguarda la scelta di allocazione delle risorse sul territorio regionale del complesso delle fondazioni piemontesi si evidenzia una prevalenza per i contributi destinati al recupero del patrimonio architettonico (67%) sulle attività culturali e spettacolo (33%). Se si considerano esclusivamente le risorse erogate da Compagnia di SanPaolo e Fondazione CRT, la percentuale destinata ad attività culturali e spettacolo raggiunge il 40%.

Fig.25 RIPARTIZIONE DELLA SPESA DELLE FONDAZIONI DI ORIGINE BANCARIA PIEMONTESE, PER PROVINCIA (1999)



Fonte: elaborazione OCP su dati dei bilanci e rapporti annuali delle fondazioni di origine bancaria piemontesi

¹⁹ Ad esclusione della Compagnia di Sanpaolo, i cui dati fanno riferimento all'anno solare 1999, quelli di tutte le altre fondazioni piemontesi si riferiscono all'esercizio 1998-1999.

²⁰ I dati relativi alla Fondazione CRT fanno riferimento all'esercizio 1° luglio 1998-30 giugno 1999, mentre quelli della Compagnia di SanPaolo fanno riferimento all'anno solare 1999.

²¹ Fonte: Fondazione CRT, Bilancio Consuntivo per l'esercizio 1° luglio 1999-30 giugno 2000.

Le Consulte Piemontesi per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali

Fra le risorse per la cultura messe a disposizione da parte di soggetti istituzionali non pubblici vanno inoltre menzionate quelle erogate dalle Consulte per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali, che ammontano, nel 2000, complessivamente a oltre 2 miliardi.

Associazioni senza scopo di lucro, le Consulte riuniscono aziende, associazioni imprenditoriali, fondazioni di origine bancaria, enti pubblici, ecc.

Sebbene il loro ambito di attività sia circoscritto alla fase di restauro dei beni architettonici, sempre più spesso l'impegno per la valorizzazione dei beni restaurati e l'organizzazione di iniziative a seguito dei lavori diventano requisiti ritenuti indispensabili per l'erogazione delle risorse.

Gli interventi vengono finanziati con il concorso di tutti gli associati, ed eventualmente con il concorso di terzi, attraverso un meccanismo che prevede che ogni membro si impegni a corrispondere una quota annuale. Trattandosi di contributo a ente senza fine di lucro, volto al recupero e restauro di opere d'arte, la somma è fiscalmente detraibile a beneficio degli enti associati.

Le Consulte piemontesi

In Piemonte vi sono quattro Consulte: quella torinese, quella dell'Alessandrino, quella di Fossano e quella di Savigliano.

Consulta per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali di Torino

La Consulta per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali di Torino nasce nel 1987. Nel corso degli anni il numero degli associati è passato da 17 agli attuali 27, comprendenti aziende ed enti²². Anche l'importo annuale da destinarsi agli interventi ha registrato negli anni un significativo incremento, passando da 30 milioni nel 1987 agli attuali 50 milioni, per una disponibilità complessiva di 1,5 miliardi²³.

Un restauro all'anno è l'obiettivo di massima, ma opere importanti possono richiedere un biennio (come ad esempio la ristrutturazione e l'allestimento della Pinacoteca Albertina).

A 14 anni dalla sua nascita la Consulta di Torino ha realizzato 12 interventi²⁴ a cui va aggiunto il restauro della statua a Vittorio Emanuele II – in corso a maggio 2001 – per un ammontare complessivo di risorse pari a 13 miliardi. Il prossimo intervento, da realizzarsi nel periodo 2002-2003 sarà il restauro del Belvedere di Villa della Regina e Teatro d'Acque (2,5 miliardi).

Consulta per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali dell'Alessandrino

La Consulta per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali dell'Alessandrino è nata nel 1997 e dalla sua fondazione ne fanno parte cinque soci (tre gruppi industriali e due fondazioni di origine bancaria²⁵).

Nel maggio 1998, a seguito di una convenzione con la Soprintendenza per il Patrimonio Storico, Artistico e Demoantropologico e la Soprintendenza per i Beni Architettonici e il Paesaggio del Piemonte, la Consulta si è impegnata a elargire nel triennio 1998-2000 la somma di lire 750 milioni per il completamento delle opere di consolidamento e di restauro della chiesa alessandrina di Santa Maria di Castello. Il contributo della Consulta per il recupero della chiesa erogato in tre tranches annuali da 250 milioni ciascuna è andato ad aggiungersi ai finanziamenti della Regione Piemonte e della Provincia di Alessandria. La Consulta sta ora valutando una proroga della convenzione per altri tre anni, fino al 2003, sempre per il medesimo intervento.

Consulta per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali di Fossano

Nata nel 1995 con il compito di intervenire nell'ambito della Regione Piemonte, con priorità per il territorio comunale di Fossano, la Consulta per la Valorizzazione dei Beni

²² Arthur Andersen, Banca Brignone, Pirelli, Buzzi Unicem, Cartiere Burgo, Compagnia di SanPaolo, Ersel, Ferrero, Fiat, Fondazione CRT, Garosci, Gruppo Gorla, ILTE, Italgas, La Piemontese Assicurazioni, Lavazza, L'Oreal, Marco Antonetto Farmaceutici, Martini & Rossi, Pininfarina, Reale Mutua Assicurazioni, Sagat Turin Airport, SAI, SKF, Toro Assicurazioni, Unione Industriale di Torino, UTEP.

²³ Alla quota contributiva si deve aggiungere quella associativa, anch'essa annuale, che è passata da un milione nel 1987 agli attuali 2,5 milioni.

²⁴ Restauro dell'Aula del Parlamento Subalpino a Palazzo Carignano (1988), 350 milioni; restauro della facciata dell'Archivio di Stato, con relativa mostra documentaria (1989), 650 milioni; restauro delle facciate e del campanile della Chiesa di San Carlo (1990), 650 milioni; restauro delle facciate della Chiesa di Santa Cristina (1991), 850 milioni; restauro delle 12 tele con nature morte del Crivellino nel Castello Cavour a Santena (1992), 50 milioni; restauro delle coperture e della facciata della Chiesa di San Filippo (1992-1993), 1,4 miliardi; realizzazione per il Teatro Regio della cancellata artistica in bronzo ad opera del maestro Umberto Mastroianni (1994), 450 milioni; ristrutturazione e allestimento della Pinacoteca Albertina delle Belle Arti (1995-1996), 2,3 miliardi; restauro dell'Aula del Parlamento Italiano nel Palazzo Carignano (1997), 1,2 miliardi; Biblioteca Reale, Sala Leonardo e nuovo ingresso

(1998), 1,5 miliardi (intervento realizzato con il contributo della Regione Piemonte); restauro di parte delle coperture di Palazzo Reale (1999-2000), 700 milioni (intervento realizzato con il contributo della Regione Piemonte).

²⁵ Paglieri e Gruppo Guala di Alessandria, M&G di Tortona, Fondazione Cassa di Risparmio di Alessandria e Fondazione Cassa di Risparmio di Torino.

²⁶ Balocco Industria dolciaria Spa, Fondazione Cassa di Risparmio di Fossano, Fondazione Cassa di Risparmio di Torino, Gruppo Industrie Mosa Spa, Maina Panettoni Spa, Michelin Italiana SAMI Spa, Unifarma Spa, Viglietta Guido & C. Sas.

²⁷ Fondazione Cassa di Risparmio di Savigliano, Fondazione Cassa di Risparmio di Torino, Comune di Savigliano, B&B Srl, COGEIN Spa, GEC Spa, Gran Baita Hotel, L'Artistica, OMS Sordella Spa, SADAF Srl, Schiapparelli 10, Trucco Tessile Spa, Trucco Pietro.

Artistici e Culturali di Fossano conta otto associati, di cui sei aziende e due fondazioni di origine bancaria²⁶.

Dalla sua nascita ad oggi la Consulta è intervenuta su tre beni fossanesi e in particolare per il restauro della chiesa di San Giorgio (1995-1999), degli esterni della chiesa del Gonfalone (1998-1999) e del Bastione del Salice (1997-2000-2001). Le risorse stanziare sino ad ora corrispondono ad un importo complessivo di 933.950.098 di lire.

Consulta per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali di Savigliano

Nata nel 1996 con l'obiettivo di realizzare interventi di valorizzazione e tutela del patrimonio artistico e culturale di Savigliano, la Consulta conta attualmente 13 associati²⁷, fra cui due fondazioni di origine bancaria e il Comune di Savigliano.

Il primo intervento riguarda lo studio e la progettazione per il restauro e recupero funzionale della Torre Civica, i cui lavori avranno inizio nell'autunno 2001. Il costo complessivo dell'intervento, sostenuto in parte dal Comune di Savigliano in modo autonomo, è di 750 milioni. Nel 2001 verrà inoltre realizzato il restauro dell'antica Porta di San Giovanni, sempre a Savigliano.

2.2 L'OCCUPAZIONE CULTURALE IN PIEMONTE

Le analisi dell'ISTAT sull'occupazione nel settore culturale in Italia²⁸ evidenziano un incremento degli occupati, nel periodo compreso tra il 1993 e il 1999, pari al 24% (si passa dai 405.962 occupati nel 1993 ai 502.759 nel 1999, ma quasi la metà di questo incremento è posteriore al 1997) fino ad arrivare ad una incidenza percentuale sul totale degli occupati in tutto il territorio nazionale pari a circa il 2,4%. La crescita dell'occupazione nel settore culturale risulta particolarmente significativa soprattutto se confrontata con quella relativa all'occupazione complessiva a livello nazionale, stimata per lo stesso periodo attorno all'1%. Il dato interessante riguarda la modalità di raccolta di questi dati a livello nazionale che, a partire dal 1992, rappresentano un approfondimento della rilevazione trimestrale delle *forze di lavoro*. Questo tipo di rilevazione consente confronti internazionali, proprio a partire dalle rilevazioni periodiche sull'occupazione, e pone le basi per quella confrontabilità dei dati in materia di cultura, raccomandata in sede EUROSTAT²⁹.

La percentuale degli occupati nel settore culturale in Italia rispetto al numero totale degli occupati individuata dall'indagine ISTAT, pari al 2,4%, si avvicina molto al 2% rilevato dall'indagine francese *L'emploi dans le secteur de la culture en 1998*, pur con delle differenze per quanto riguarda i settori osservati.

Se si postula un allineamento del Piemonte su questi valori medi nazionali, il 2,4% rispetto a 1.724.000 occupati complessivi in regione nel 1999 porta a stimare l'occupazione in Piemonte attorno alle 41.000 unità. Questa cifra comprende tutte le professioni artistiche (pittori, scultori, scrittori, fotografi, grafici, creativi, registi, attori, musicisti, ballerini, fotografi, ecc.), le professioni "intermedie" nei servizi creativi (giornalisti, linguisti, traduttori, annunciatori tv, tecnici per il cinema la radio e la tv), ma anche l'industria culturale con l'editoria libraria e musicale e la stampa di supporti registrati, l'intero comparto delle biblioteche, dei musei e degli archivi, la formazione in campo artistico.

Rispetto a questo insieme molto generale l'OCP monitora e controlla selettivamente solo alcuni campi: non rientrano nei monitoraggi, ad esempio, gran parte delle professioni artistiche, le gallerie private, l'editoria periodica, il comparto del giornalismo, tutto il settore radio e tv, tutto il settore formativo – si pensi alle scuole di musica e di danza – le professioni culturali in aziende al di fuori del comparto culturale, come i grafici o i disegnatori dei pubblicità, ecc.

La stima sull'occupazione dell'OCP – in modo congruente alle stime sui volumi economici – riguarda i settori dello spettacolo dal vivo, teatro, musica e danza, l'editoria libraria, la produzione audiovisiva, musei, biblioteche e archivi. La gran parte delle stime si fonda sui monitoraggi costanti e sui censimenti annuali condotti direttamente dall'OCP, mentre in altri casi – musei e biblioteche ad esempio – la stima è ottenuta su dati relativi ad anni passati: in questi settori infatti è previsto per il prossimo futuro un censimento generale sulla base delle schede e delle metodologie predisposte al livello nazionale.

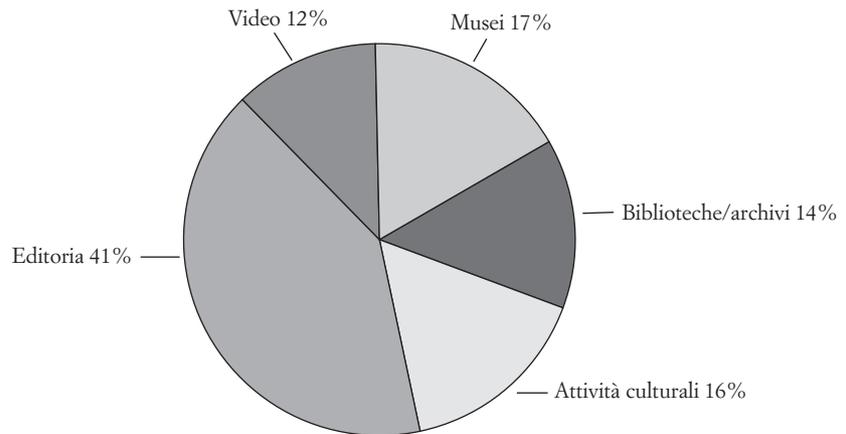
Il numero di occupati direttamente "osservati" nei settori sopra elencati dall'OCP nel 1999 è pari a circa 8.100 unità, con un lieve incremento – conteggiabile attorno alle 200 unità – rispetto al 1998. Si tratta di una quota pari a circa il 20% del totale ottenuto applicando l'incidenza del 2,4% al complesso degli occupati. I due metodi di stima non sono ovviamente comparabili e comprendono insiemi molto differenti: gli 8.100 osservati dall'OCP rappresentano il "nucleo duro" dell'occupazione nelle istituzioni, nelle organizzazioni e nell'industria culturale, relativamente alcuni sub-settori della produzione e dell'offerta culturale. Si tratta del monitoraggio di un sottoinsieme significativo, ma non esaustivo delle professioni culturali.

Dal punto di vista delle dinamiche all'interno dei sub-settori l'occupazione si mantiene nel 1999 sui livelli dell'anno precedente in molti comparti, a partire da quello editoriale, il più consistente in termini di addetti. Cresce invece nel settore dell'audiovisivo, che più di altri mostra dinamiche di sviluppo accelerate.

²⁸ M. Gandolfo, P. Gennari, *L'andamento dell'occupazione nel settore "cultura" nel corso degli anni novanta*, ISTAT.

²⁹ Nel 1997 è stato costituito nell'ambito di Eurostat un leadership group sulle statistiche culturali (LEG) che ha visto la partecipazione degli Stati membri attraverso gli Istituti Nazionali di Statistica. L'ISTAT per l'Italia, insieme all'INSEE francese, ha coordinato il gruppo di lavoro sulle metodologie. Il LEG ha lavorato per tre anni e ha prodotto un documento conclusivo che rappresenta la base per le possibilità di armonizzazione internazionale delle statistiche: Eurostat working papers, Cultural Statistics in the EU, *Final Report of the LEG*. European Commission, 2000.

Fig.26 STIMA ADDETTI NEI SUB-SETTORI CULTURALI OSSERVATI DALL'OCP (1999)

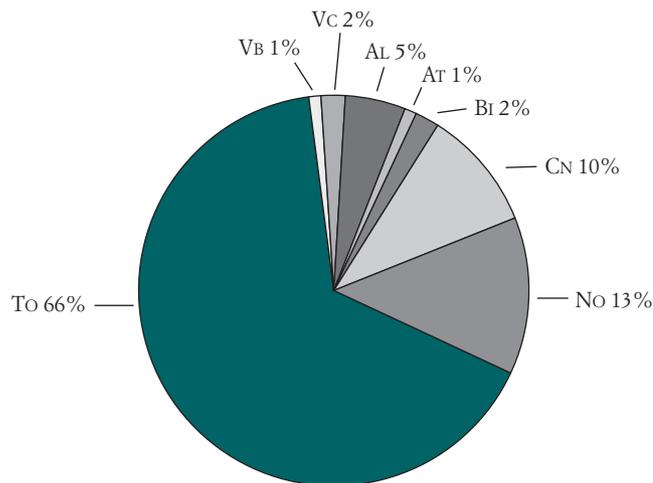


Fonte: elaborazione OCP su dati CCIAA, Regione Piemonte, censimento annuale OCP

Come evidenziato dalla figura 26, la composizione dell'occupazione in regione vede una significativa prevalenza per il settore dell'editoria (41%), cui segue quello dei musei e, in posizione pressoché equivalente, i sub-settori delle biblioteche e archivi, delle attività culturali – all'interno delle quali è compreso l'intero comparto dello spettacolo dal vivo – e della produzione audiovisiva. L'alta percentuale di occupati nel settore dell'editoria trova riscontro anche nel dato nazionale rilevato dall'ISTAT: la stima degli occupati rilevata a livello nazionale si attesta infatti attorno al 34%.

Per quanto riguarda la ripartizione per province la figura 27 evidenzia la polarizzazione degli occupati nella provincia di Torino, che vede la presenza delle principali strutture e istituzioni per dimensione economica e per numero di addetti, nonché la maggiore concentrazione di strutture museali.

Fig.27 STIMA DELL'OCCUPAZIONE NEI SUB-SETTORI MONITORATI, PER PROVINCIA (1999)



Fonte: elaborazione OCP su dati CCIAA, Regione Piemonte, censimento annuale OCP

Assume un peso rilevante nel capoluogo piemontese la filiera dell'editoria che conta nella sola città di Torino quasi 1.900 addetti. Rispetto all'anno precedente, tuttavia, si assiste ad una contrazione del peso di Torino rispetto al complesso regionale e ad un aumento proporzionale degli occupati nelle altre province. Emerge il polo di Novara, in cui grande peso assume l'editoria, e la provincia di Cuneo, che vede una crescita del peso della cultura in modo distribuito per i diversi sub-settori analizzati.

Si attenua ulteriormente la polarizzazione sul capoluogo se si considera che una quota delle attività relative agli occupati nella provincia di Torino viene svolta in realtà nei diversi ambiti regionali e va ad integrare l'offerta di altre province: occupazione e risorse vengono contegiate a Torino, ma le attività vengono svolte in altre località. È il caso di tutti i circuiti teatrali e musicali, solo per fare un esempio.

Volontariato culturale in piemonte

Al di là dei livelli di occupazione stabile o stagionale registrati, un ruolo di tutto rilievo nel settore culturale in Piemonte è svolto dalle associazioni di volontariato, che rappresentano una quota consistente dell'ammontare complessivo del "lavoro culturale" necessario a comporre l'offerta regionale.

La *Guida ragionata del volontariato*³⁰ individua nel 2000, sul territorio regionale, 152 associazioni di volontariato operanti in ambito culturale, 74 delle quali registrano complessivamente oltre 22.000 iscritti, di cui 2.000 volontari attivi.

Nel 1997, sulla base alle iscrizioni all'Albo Regionale, le organizzazioni piemontesi di volontariato culturale, rappresentavano il 2,4% circa di tutti gli organismi volontari piemontesi, situando così il Piemonte fra le regioni italiane – con Veneto (2,9%), Lazio e Toscana (2,4%) – con il maggior numero di associazioni volontarie operanti nella cultura.

Le attività di queste 152 associazioni coprono tutti i settori della cultura: dai musei e beni culturali, compresa la tutela e la valorizzazione dei beni paesaggistici (89 associazioni), alla promozione ed educazione culturale, toccando trasversalmente i settori dello spettacolo, dell'educazione artistica, della letteratura, della storia e dei media (32 associazioni). Non mancano, inoltre, soggetti attivi nel campo della ricerca, dello spettacolo – in particolare attraverso la creazione di cineforum – e della produzione artistica. Per ciò che concerne la distribuzione geografica è in provincia di Torino che si concentra il maggior numero di associazioni culturali a carattere volontario (51%), per lo più localizzate nel capoluogo. Seguono Cuneo (23%) e Alessandria (11%), mentre nelle restanti province la presenza di associazioni volontarie in ambito culturale è più ridotta, rappresentando dal 3 al 6% delle 152 associazioni.

Con la legge quadro 266/91 viene istituito in Piemonte l'Albo Regionale del Volontariato a cui sono iscritte una settantina di associazioni attive nei vari settori della cultura. Queste, che con l'iscrizione hanno scelto un dialogo con le istituzioni, rappresentano tuttavia la minoranza delle associazioni di volontariato piemontesi. Sebbene l'iscrizione ai registri regionali rappresenti peraltro la condizione necessaria per accedere ai contributi pubblici, parte del mondo associazionistico ritiene che l'adesione a un albo possa rappresentare un vincolo rispetto al carattere spontaneistico e di forte indipendenza del volontariato.

Per ciò che concerne il coordinamento delle associazioni, una delle manifestazioni più indicative nell'ambito culturale torinese è "Torino non a caso" che, avviata nel 1996 da otto organizzazioni, vede ora coinvolte circa una quarantina di associazioni di volontariato culturale impegnate nell'ideazione e nell'illustrazione di itinerari nella città di Torino. Non mancano in regione neppure iniziative per coinvolgere i giovani in un volontariato di

³⁰ *Guida ragionata delle associazioni di volontariato e delle cooperative sociali in Piemonte*. Torino: Edizione Radio Notizie, 2000.

servizio alla città sul fronte della valorizzazione del patrimonio culturale e ambientale: si pensi a “Giovani per Torino” e ai “Ragazzi del 2006”.

Nell’ambito della collaborazione fra organizzazioni è inoltre da segnalare la formazione regionale di vere e proprie reti di volontariato culturale. È il caso dell’UNIVOCA, che opera come una sorta di confederazione delle principali associazioni di volontariato nei beni culturali operanti sul territorio metropolitano torinese, e del Forum del Volontariato Culturale di Cuneo.

LA PRODUZIONE CULTURALE

3.1 LA PRODUZIONE CULTURALE E LE SUE FILIERE

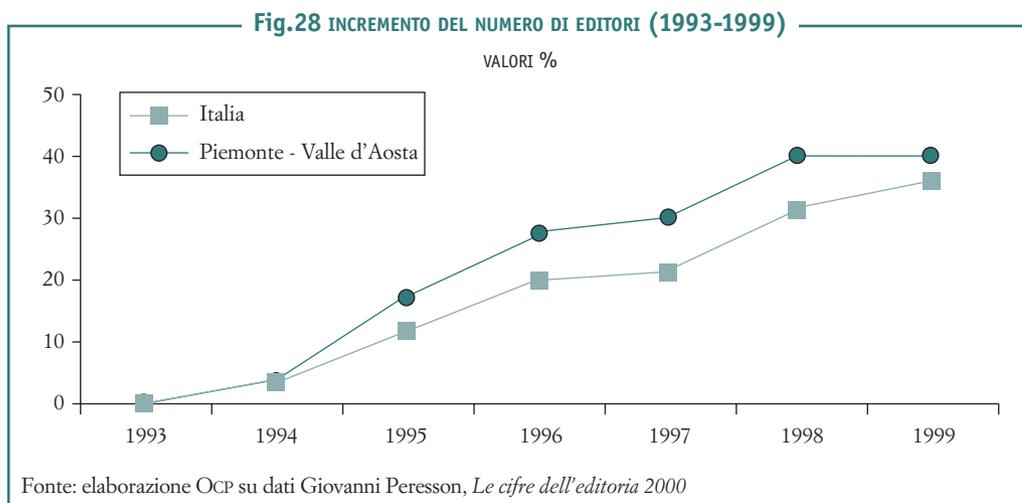
L'analisi delle modalità produttive di ogni sub-settore della cultura si basa sul censimento effettuato direttamente dall'Osservatorio attraverso i questionari. I dati dei monitoraggi realizzati sono stati inoltre integrati con informazioni qualitative ricavate da interviste con testimoni privilegiati dei singoli settori. Per l'individuazione dei soggetti da monitorare sono state utilizzate diverse fonti: i database esistenti presso Regione, enti locali, associazioni di categoria, siti Internet e pubblicazioni specifiche di ogni settore. È stato così possibile individuare un patrimonio di dati che annualmente confluisce in un archivio anagrafico costantemente aggiornato.

Ai soggetti individuati anche quest'anno è stato inviato un questionario specifico per ogni settore censito. Il ringraziamento doveroso dell'Osservatorio va a tutte le aziende, attori e operatori culturali che hanno compilato esaurientemente i questionari, rendendo in tal modo possibile la realizzazione di una prima serie storica di dati.

Le informazioni pervenuteci direttamente dai soggetti attivi nei diversi comparti hanno permesso l'elaborazione di stime di cui si dà conto nei paragrafi seguenti.

3.2 EDITORIA LIBRARIA E DI PRODOTTI MULTIMEDIALI

Nel corso degli anni novanta il numero degli editori è andato incrementandosi sensibilmente: dal '93 al '99 gli editori presenti in Piemonte e Valle d'Aosta nel loro insieme crescono da 206 a 335, mentre in Italia nello stesso periodo si passa dai 2.628 del 1993 ai 3.918 del '99¹. La figura 28 mostra l'incremento percentuale a partire dal 1993 dove si evidenzia una crescita più sostenuta per l'insieme Piemonte-Valle d'Aosta rispetto alla media nazionale.



L'indagine dell'OCP per il 1999, estesa al territorio regionale del Piemonte, ha preso in considerazione 256 soggetti selezionati secondo i medesimi criteri utilizzati negli anni precedenti, ovvero l'inclusione delle case editrici di libri e prodotti multimediali con un minimo di cinque titoli in catalogo e l'esclusione degli editori di sole pubblicazioni periodiche, nonché di enti, istituti, associazioni la cui produzione editoriale è limitata alla stampa di pubblicazioni atte a documentare la propria attività.

L'OCP ha raccolto dati e informazioni su 166 editori, tre quarti dei quali dichiarano l'editoria come attività principale, mentre la restante quota di soggetti dichiara attività principali strettamente collegate alla filiera editoriale: servizi per l'editoria, service grafici, stampa, attività legate alla commercializzazione libraria.

Dimensioni e attività

Secondo stime ancora provvisorie dell'AIE il mercato italiano di libri e prodotti dell'editoria elettronica ammonterebbe nel 1999 a 6.667 miliardi e farebbe registrare sul 1998 un incremento del 3,3%². Sarebbero tuttavia i prodotti editoriali su supporto digitale il principale fattore di crescita (quasi il 20% di incremento per questo segmento produttivo che è stimato in 574 miliardi), mentre la produzione editoriale tradizionale mostrerebbe tassi di crescita di poco superiori al tasso inflattivo.

Per quanto riguarda il Piemonte il fatturato complessivo degli editori compresi nel monitoraggio OCP si mantiene per il 1999 sugli stessi livelli del 1998, ovvero attorno ai 1.600 miliardi complessivi, mentre il numero di addetti stimati in full time equivalent ammonta a 3.230 unità,

¹ Fonte: Giovanni Peresson, *Le cifre dell'editoria 2000*. Milano: Guerini e Associati, 2000.

² Associazione Italiana Editori, *Il mercato librario italiano. Rapporto 2000*. Milano: AIE, 2000.

con una sostanziale stabilità quindi rispetto alle 3.250 unità del 1998³. Le dinamiche tuttavia sono differenziate per i diversi gruppi di editori in cui è ripartibile l'intero panorama editoriale. È nella prima classe dimensionale di editori, all'interno della quale sono compresi i grandi gruppi editoriali e gli editori con fatturati al di sopra dei 100 miliardi (tra i quali ad esempio De Agostini, UTET, Einaudi) che si nota un incremento dei fatturati e degli addetti impiegati. È prevalentemente in questo gruppo che le dinamiche di acquisizione e di ristrutturazione hanno mobilitato la situazione, ed è di nuovo nelle dinamiche dei grandi editori che si rivela l'impulso verso l'editoria elettronica e on line.

Nella seconda classe dimensionale, formata da una decina di editori medio grandi, in buona parte impegnati nella produzione scolastica e per bambini e ragazzi, ad un lieve incremento di fatturato, circa il 3%, corrisponde una contrazione del personale, valutabile attorno al 6-7%. Sostanzialmente stabile sia nei fatturati sia nel personale il terzo gruppo, formato da una cinquantina di editori medio piccoli, mentre più in difficoltà appare il complesso dei poco meno di 200 piccoli e micro-editori, appartenenti al quarto gruppo per livello dimensionale, che nel loro insieme si situano al di sotto dei 50 miliardi di fatturato. Di piccole e piccolissime dimensioni, queste micro-imprese rappresentano un patrimonio professionale prezioso e un laboratorio di esperienza e di innovazione anche in relazione alle possibilità di utilizzo delle nuove tecnologie.

La polarizzazione verso l'alto delle risorse e delle capacità produttive è tuttavia evidente: su 1.600 miliardi di fatturato i primi 18 editori che fanno capo ai grandi gruppi e alle case editrici inserite nelle prime due classi dimensionali, rappresentano più di 1.400 miliardi di fatturato, e più del 70% degli occupati. Si determina così una situazione in cui un numero relativamente ristretto di editori e grandi gruppi rappresentano quasi integralmente la dimensione economica e occupazionale dell'intero settore; un altro piccolo numero di editori di medie e medio-piccole dimensioni economiche spicca per produzioni di qualità nei diversi settori, anche se complessivamente rappresenta una quota limitata del fatturato editoriale, mentre la maggior parte dei piccoli editori e delle micro-imprese forma un tessuto diffuso e articolato che rappresenta il terreno di coltura per le professioni dell'editoria. Tra le micro-imprese editoriali sono presenti service grafici e aziende attive nei servizi per l'editoria, spesso con know how tecnologici paragonabili o superiori ai livelli presenti nelle aziende di maggiori dimensioni economiche.

Anche per ciò che concerne l'occupazione si rivelano fenomeni differenziati a seconda dei gruppi dimensionali di appartenenza delle imprese editoriali. Se nelle prime due classi i fenomeni di esternalizzazione di fasi del processo produttivo si configurano come rapporti di fornitura con aziende di più piccole dimensioni o con aziende direttamente controllate dai gruppi, con un ricorso molto limitato a personale esterno e a contratti di collaborazione, diversa è la situazione per gli editori di media e medio-piccola dimensione economica. In questi casi la quota di personale esterno è assai alta e può raggiungere anche il 50% dei tempi di lavoro necessari: è rilevante il numero dei part-time esterni, ma ancor più significativo il numero di collaborazioni esterne a pieno tempo. Quasi tutte le funzioni sono coinvolte nell'esternalizzazione, anche quelle redazionali, ovvero il cuore culturale dell'attività editoriale. È meno rilevante invece l'esternalizzazione per la classe dimensionale che raggruppa gli editori piccoli e i micro-editori. La dimensione dell'impresa comprende una o due persone, normalmente i titolari, che svolgono l'insieme delle funzioni necessarie nei diversi ruoli. Il personale esterno in questi casi è prevalentemente impiegato part-time. Complessivamente, per tutte le diverse classi dimensionali di editori, su 3.230 addetti conteggiati per il 1999 è stimabile che poco più del 75% del personale sia interno alle aziende.

Più di due terzi degli editori utilizza service esterni – di norma piccole strutture specializzate in composizione grafica, impaginazione, stampa o servizi legati all'informatica che rappresentano una parte dell'indotto editoriale: più del 67% dei service utilizzati sono localizzati nella stessa provincia dell'editore, solo un 22% risiede in altre province del Piemonte, mentre un 10% è localizzato in altre regioni. Sono gli editori di prodotti multimediali a utilizzare

³ Le stime si fondano sul censimento diretto degli editori condotto annualmente dall'Ocp e sull'analisi dei dati CERVED.

maggiormente service localizzati a più grande distanza. Nonostante ciò l'attività editoriale in Piemonte assume quasi le forme di una economia "di distretto": sono localizzate in Piemonte e a Torino un numero consistente di aziende grafiche e stamperie industriali e artigianali che costituiscono complessivamente un polo d'eccellenza per la stampa. Ciò fa sì che gran parte dei costi di stampa sostenuti dagli editori piemontesi configuri flussi economici all'interno della regione, aumentando l'impatto economico complessivo della filiera editoriale in Piemonte. Più del 70% della produzione libraria viene infatti stampata e rilegata in regione e quasi la totalità dei prodotti periodici: fanno eccezione – anche in questo caso – i prodotti multimediali il cui ambito di produzione si allarga all'Italia e all'estero.

La distribuzione geografica dell'editoria

L'area metropolitana di Torino polarizza il maggior numero di editori in regione, arrivando a sfiorare il 70% dei 256 editori presi in considerazione; solo Cuneo e Alessandria arrivano a superare la soglia del 5% rappresentando rispettivamente l'8% e il 7% del totale delle aziende editoriali. La situazione si modifica sostanzialmente se si prende in esame il personale addetto alla produzione editoriale: la quota rappresentata da Torino scende al 60% del totale, emerge il polo novarese sede di uno dei maggiori gruppi editoriali a livello nazionale e internazionale, con una quota superiore al 20% del totale del personale in regione, seguito dalla provincia di Cuneo, 13% e da quella di Alessandria che sfiora il 6%.

Se infine la suddivisione per ambito territoriale riguarda il fatturato stimato dell'intero settore, Torino e Novara insieme rappresentano più dell'85% dell'intero volume economico, con una ripartizione interna lievemente a favore del capoluogo piemontese, mentre tra le restanti province emergono sempre Cuneo e Alessandria con quote di poco inferiori al 7% del totale regionale.

Editoria in rete

Un approfondimento condotto dall'OCP nella primavera 2001 riguarda il tipo di presenza degli editori sul web e alcune caratteristiche fondamentali dei loro siti in modo tale da individuare i modelli d'utilizzo della rete. La metodologia dell'indagine non si discosta – se non marginalmente – da quella utilizzata nel 2000 da Giovanni Peresson e Paola Mazzucchi per l'AIE⁴, in modo tale da poter avere un utile raffronto con una indagine a livello nazionale, condotta un anno prima. Il confronto risulta interessante, ma occorre tener presente che l'insieme degli editori sottoposto a indagine nella ricerca dell'AIE utilizza come soglia di rilevanza a livello nazionale la pubblicazione di almeno 10 titoli all'anno, mentre l'OCP prende in considerazione gli editori di libri e multimedia con almeno cinque titoli in catalogo. In altri termini, il campione OCP risulta maggiormente comprensivo delle realtà aziendali più piccole e di micro-editori.

Sono 109 gli editori sui 256 analizzati a livello regionale dall'OCP a disporre di un sito web, ma il totale dei siti ammonta a 113 poiché quattro editori possiedono più di un sito. Il 42,5% degli editori analizzati in Piemonte dispone di un sito web, mentre a livello nazionale i dati AIE rilevavano per il 1999 una percentuale quasi del 70%. Incide probabilmente qui in maniera decisa la differenza di campione tra AIE e OCP, che vede una maggior presenza nell'insieme piemontese di piccole e piccolissime strutture editoriali. In 89 casi il sito fa riferimento a un dominio proprio dell'editore, in altri 20 casi invece il sito è ospitato. Più nel dettaglio, cinque siti risultano ospitati su portali tematici, due su portali generici, undici sui siti di diversi Internet Provider, uno sul sito di un ente locale, mentre uno fa parte di un network.

Quanto al tipo di presenza in rete, sono 15 i casi (13,5%) in cui sostanzialmente il sito web corrisponde a una home page di presentazione dell'editore, e riguardano sempre editori con fatturato al di sotto dei cinque miliardi. Nell'indagine AIE questa situazione pesava media-

⁴ *Il futuro dell'editoria in rete. La presenza delle case editrici su Internet: editori vs fornitori?*, a cura dell'Ufficio Studi dell'Associazione Italiana Editori. Milano: AIE, 2000 (Indagine presentata alla Fiera del Libro di Torino l'11 maggio 2000).

mente per il 6,5% ma riguardava diverse fasce dimensionali di editori: anzi più forte era la percentuale degli editori che si collocavano tra 10 e 20 miliardi di fatturato.

La vetrina, ossia una presentazione più dettagliata dell'azienda con il catalogo dei titoli ma senza possibilità di interagire, rappresenta il 28,8% dei casi piemontesi, contro una media nazionale stimata per l'AIE al 1999 di 34,4%. Sono nuovamente soprattutto gli editori di piccole dimensioni e i micro-editori a utilizzare prevalentemente questa modalità.

Siti che si presentino come un "negozio virtuale" e che offrano quindi la possibilità di acquistare direttamente i titoli del catalogo rappresentano in Piemonte il 27%, contro il 31,8% registrato come media nazionale nel 1999. Nonostante una buona presenza anche tra i piccoli editori, l'incidenza di "negozi virtuali" aumenta nelle classi più alte di fatturato e in particolare sopra i 10 miliardi. Va tuttavia precisato che nel 40% dei casi la modalità di pagamento prevista è off line con sistemi tradizionali (come ad esempio il contrassegno) e la transazione si riduce quindi all'ordine: nel restante 60% dei casi è possibile pagare sia con carta di credito, sia con i sistemi tradizionali off line, mentre solo in quattro casi l'unica modalità prevista è l'utilizzo on line della carta di credito.

I siti interattivi incidono per il 21,6% in Piemonte a fronte di una media italiana stimata per il 1999 di 21,4%: la loro presenza si fa più consistente all'aumentare della fascia dimensionale delle aziende editoriali, com'è lecito aspettarsi dato il costo di gestione indotto. Tutti i siti interattivi sono dotati di un motore di ricerca interno/esterno, in un caso su quattro sono disponibili link selezionati, nel 20% dei casi è possibile procedere al download di materiali, nel 10% esiste una rassegna stampa e in poco più del 5% dei siti interattivi sono previsti una newsletter e un forum. Sono stati inoltre rilevati otto casi in cui il cuore del sito è rappresentato da una rivista on line.

Sono solo due invece i portali, poco meno del 2% rispetto a una media nazionale rilevata nel 1999 pari a 5,9%. In questo caso la soglia dimensionale dell'azienda per gestire un portale appare consistente: nessun caso veniva segnalato a livello nazionale al di sotto dei 5 miliardi di dimensione del fatturato.

A distanza di un anno tra l'indagine nazionale e quella in Piemonte, pur considerando che il campione OCP è fortemente influenzato rispetto a quello nazionale dell'AIE dalla presenza di editori piccoli e piccolissimi, sembra di leggere un certo ritardo nella presenza in rete. L'ipotesi che la rete potesse rappresentare un'alternativa efficace ai normali canali di distribuzione e promozione sembra solo parzialmente avverata.

Si legge una difficoltà proprio dei piccoli editori ad essere presenti in rete, soprattutto con modalità di vendita on line. È noto che si scontano in questo campo alcune arretratezze più generali dell'intero paese: una diffusione non capillare dei computer nelle famiglie, uno scarso uso e una diffidenza all'utilizzo delle carte di credito per acquisti on line, probabilmente una difficoltà delle strutture produttive più piccole ad accedere al know how tecnico e gestionale necessario, ivi comprese le procedure di sicurezza per la gestione delle transazioni on line. Emerge in sostanza l'impressione di un utilizzo "molto tradizionale" del web da parte delle case editrici, quasi una necessaria evoluzione piuttosto che uno strumento di penetrazione di nuovi mercati e ricerca di nuove potenzialità. In qualche modo il dato non stupisce: l'analisi ha riguardato il rapporto tra editori "di libri" e web, dove i saperi della stampa tradizionale appaiono pesare nella concezione stessa dell'utilizzo del web. Per contro, anche se non è possibile al momento quantificare il fenomeno, è noto che alcuni piccoli editori sono passati dall'editoria cartacea tradizionale alla fornitura di servizi per il web, (siano essi prodotti editoriali on line o la progettazione della comunicazione in rete di altre aziende produttrici, editoriali o meno). Si tratterebbe di una forma di "migrazione" dal settore editoriale tradizionale verso nuove forme di imprenditoria o di prestazioni di servizio mediate dall'acquisizione di know how tecnologici.

3.3 PRODUZIONE AUDIOVISIVA

Il censimento dell'Osservatorio per il 1999 ha interessato 86 aziende in Piemonte, parte delle quali individuate attraverso uno specifico approfondimento di ricerca per integrare tramite web le fonti tradizionalmente utilizzate (associazioni di categoria, CCIA, ecc.). La distribuzione territoriale vede una forte polarizzazione su Torino con 66 aziende, segue la provincia di Novara con cinque aziende, Asti, Biella, Cuneo e Vercelli con tre aziende ognuna, due ad Alessandria e una a Verbania.

La dimensione economica del settore audiovisivo in regione ha superato nel 1999 la soglia dei 220 miliardi⁵ di lire (il 12% in più rispetto all'anno precedente), con un incremento notevole del fatturato delle aziende di più grandi dimensioni che appaiono consolidare la propria attività. Gli addetti stabili si stimano in circa 750, ai quali si aggiungono le collaborazioni esterne di tecnici, artisti e produttori free-lance. L'insieme delle risorse umane complessivamente impiegate è valutabile in un migliaio di unità tra personale dipendente a tempo pieno e personale esterno⁶.

L'incremento del fatturato e degli addetti in Piemonte, che comprende nel suo territorio una delle più grandi società di produzione europea e un tessuto di piccole e medie aziende, risulta coerente con il generale sviluppo del settore sia a livello nazionale che europeo, seguito con crescente interesse per le intersezioni con le nuove tecnologie e le filiere dell'informazione.

Il sistema produttivo piemontese acquisisce rilevanza e visibilità e si collocherebbe alle spalle dei due poli maggiormente consolidati – Roma e Milano⁷ – in competizione con i nuovi distretti produttivi che a partire dagli anni novanta, anche grazie a forti finanziamenti pubblici, hanno visto la luce; oltre a Torino, si possono citare Terni e Napoli.

Anche per ciò che concerne il tipo di attività, il settore della produzione audiovisiva mostra dinamiche accelerate e “mutazioni” improvvise, causa spesso di un'alta nati-mortalità, ma anche di radicali trasformazioni che rendono difficile il monitoraggio dello stesso insieme di aziende negli anni. Rappresenta un buon esempio la migrazione di case di produzione verso l'editoria multimediale e la comunicazione aziendale. La tendenza rilevata nel censimento OCP del 1998 relativa all'incremento di attività legate all'imaging aziendale e all'editoria elettronica si è andata accentuando: otto soggetti hanno rivelato una “mutazione” in editori, sei risultano impegnati nella comunicazione e marketing aziendale, quattro sono specializzati nella consulenza software o Internet Provider e nella progettazione e realizzazione di siti web.

L'insieme degli effetti provocati da un allargamento dei mercati e della domanda di prodotti audiovisivi e dall'irrompere delle nuove tecnologie non solo rende i confini tra le diverse filiere sempre più precari, sfidando le tradizionali classificazioni delle attività, ma muta profondamente le modalità produttive, i mercati di riferimento, le professionalità impiegate all'interno delle aziende produttrici, impegnandole in molti casi in una ristrutturazione continua, in un riorientamento delle attività. Le più dinamiche di esse appaiono confrontabili con la metafora delle nave Argo, che gli Argonauti rinnovano continuamente sostituendone le componenti in una manutenzione continua. Sicché – in qualche modo – le stesse aziende solo a distanza di uno o due anni, pur mantenendo il nome, sono in realtà non di rado entità diverse con diverse capacità produttive e mercati di riferimento. Non solo ciò mette a dura prova un sistema di monitoraggi statistici, ma svuota almeno in parte di significato i dati, dal momento che cambia in continuazione il contesto a cui fanno riferimento.

Per questi motivi di seguito si riportano due singoli approfondimenti relativi all'evoluzione della produzione audiovisiva sotto la pressione dei mercati e delle tecnologie, due esempi che evidenziano nel concreto alcune delle dinamiche attuali e le sfide che si pongono ai produttori.

⁵ Le stime si fondano sui dati direttamente rilevati tramite il Censimento OCP, sulle informazioni fornite dalle associazioni di categoria e sulle interviste agli operatori effettuate nella primavera del 2001.

⁶ L'apporto lavorativo del personale esterno è riaggregato in tempi pieni di lavoro o full time equivalent.

⁷ Vedi ad esempio le analisi contenute in: *Un distretto audiovisivo a Milano*. Quaderno MxM – AIM n. 40. Milano: 1999.

Virtual Fiction

Il sistema Virtual Fiction è un sistema di produzione innovativo brevettato dai produttori del Gruppo Cooper e Videomark, due aziende torinesi attive da oltre un decennio nella produzione audiovisiva.

L'idea di base nasce dall'esigenza squisitamente produttiva di realizzare prodotti audiovisivi industriali a basso costo.

Nella realizzazione di filmati e materiali video, le riprese in esterni assumono una forte incidenza sul budget complessivo e allungano i tempi di realizzazione a causa delle difficoltà di interazione con l'ambiente fisico, il che comporta un livello di gestione, organizzazione e adattamento particolarmente elevato. Per abbattere quindi i costi di produzione di fiction seriali, tradizionalmente vengono proposte ricostruzioni sceniche in interni, limitando il più possibile le riprese in esterni. A fronte dei vantaggi economici che si ottengono, i vincoli narrativi – oltre che produttivi – di questa soluzione sono evidenti nel costringere l'intero processo di realizzazione entro margini di manovra molto ristretti: riutilizzo costante delle stesse scenografie per ammortizzarne gli alti costi, ripetizione ossessiva degli ambienti dove ha luogo l'azione, ecc.

Virtual Fiction, invece, permette di utilizzare in studi di posa attrezzati le riprese di esterni "reali" previste nella sceneggiatura mediante l'allestimento del virtual set. Non vengono utilizzate scenografie di sintesi, ma vengono filmati scenari reali, senza la presenza degli attori e con troupe numericamente ridotte: gli scenari così ripresi, vengono inseriti in tempo reale nella scena – ossia contemporaneamente alla recitazione degli attori – con la tecnica mutuata dal cromakey. Gli attori si muovono su uno sfondo azzurro, con pochi oggetti a delimitare lo spazio e come punti di riferimento. In sala di regia una macchina dotata di software dedicato, attraverso un sistema di calcolo molto sofisticato sostituisce allo sfondo azzurro, l'immagine pre-girata in esterni, permettendo una certa libertà di movimento sia degli attori che della macchina da presa. A differenza del blue screen "normale" in cui tutti gli scenari e gli effetti vengono montati in una seconda fase di post produzione, il sistema Virtual Fiction consente di coordinare e adattare la ripresa degli attori, modificando contemporaneamente i punti di vista e le prospettive degli scenari girati in precedenza in un'unica fase di ripresa. Scenario ed attori vengono ripresi e sovrapposti in contemporanea attraverso l'utilizzo del software che "rende coerente" tutti i punti di vista, tutte le angolazioni di attori e scenari.

La tecnologia impiegata per questo sistema di produzione è preesistente al progetto Virtual Fiction: a titolo d'esempio i sistemi di calcolo derivano sia dall'industria bellica (si utilizzano software derivati dal sistema di puntamento dei missili), sia dall'industria aeronautica (si utilizzano sistemi derivati dai simulatori di volo) adattati al campo della produzione audiovisiva. L'innovazione scaturisce dall'adattamento e dalla trasformazione di tecnologie avanzate e sperimentate in altri campi verso nuove modalità produttive, questa volta tutte dedicate alla produzione audiovisiva⁸.

Il risultato è stato ottenuto attraverso un lungo processo di sperimentazione con la collaborazione di personale specializzato a livello internazionale ma anche di centri di produzione nazionale quali il Centro Multimediale di Terni. La collaborazione dei soggetti interpellati e coinvolti a livello internazionale e nazionale è stata elevata poiché da un lato le industrie produttrici di macchinari hanno visto nell'uso alternativo delle loro strumentazioni nuovi sviluppi e nuove potenzialità per i propri prodotti, dall'altro gli operatori del settore audiovisivo hanno intravisto la possibilità di pensare nuovi scenari per le produzioni cinetelvisive.

L'ostacolo maggiore si è rivelato essere la mancanza dalle competenze professionali che, in riferimento ad un prodotto fortemente innovativo, sono da creare ex novo. Oltre alla ricerca e alla progettazione dei nuovi sistemi si è innescato dunque un processo di forma-

⁸ È questo uno degli esempi più pertinenti di cosa si intenda per innovazione nella teoria economica di Schumpeter.

zione di tecnici e professionisti indispensabile per la riuscita del progetto. Gli effetti derivanti dal progetto di ricerca sono stati molteplici: non solo dunque importazione di competenze tecnologiche, ma arricchimento di profili professionali esistenti (come il *kyer supervisor* o il *visualizer*) e creazione di nuove figure professionali come ad esempio il *supervisore di regia*.

Tramite questo massiccio uso della tecnologia diviene possibile “portare locations” esterne nel teatro di posa, manipolarle, renderle coerenti con le riprese, con gli oggetti, con gli attori in un’unica fase di ripresa che mescola in diretta elementi di realtà e virtualità. È un esempio di ciò che può essere considerata una situazione “cybrida”, ovvero la composizione di sistemi costituiti da elementi virtuali e reali inestricabilmente interrelati.

I vantaggi economici derivanti dall’utilizzo di una simile tecnologia sono particolarmente interessanti: il sistema è flessibile poiché facilmente adattabile a qualsiasi teatro di posa e permette di abbattere i costi di produzione del 30-40%. Il sistema è particolarmente vantaggioso nei casi di produzione di fiction seriale che necessitano di grande rapidità di realizzazione e consentono – data l’interazione produttiva – di ammortizzare i costi dell’utilizzo delle macchine e delle tecnologie necessarie.

Telecittà

Il complesso di San Giusto Canavese rappresenta una delle più rilevanti realtà produttive per ciò che concerne i teatri di posa. In pochi anni a partire dal 1996 è sorto un polo di produzione audiovisiva i cui effetti si manifestano anche nella crescita di un indotto indiretto, legato soprattutto alle attività ricettive.

Telecittà è un centro di servizi alla produzione presso cui operano cinque società. Il complesso è sorto utilizzando i finanziamenti europei per i siti a declino industriale rientranti nell’Obiettivo 2 della Comunità Europea che integravano finanziamenti di privati ed enti locali. L’insediamento è stato fortemente voluto dai soci fondatori in una zona distante dai due poli produttivi di Roma e Milano: l’idea di base era di non porsi in competizione con sistemi e distretti produttivi come quelli milanesi e romani ma di occupare un segmento ancora poco “frequentato” in Italia, la specializzazione nella produzione di fiction a basso costo.

L’obiettivo dichiarato di Telecittà consiste nell’arrivare a produrre nell’arco di pochi anni, un quarto del fabbisogno di ore di fiction all’anno, ovvero circa 500⁹. Gli studi e i teatri di posa sono dotati di tutte le attrezzature necessarie all’intero processo produttivo di un prodotto audiovisivo: dalla falegnameria per le scenografie, alla sartoria, all’editazione e doppiaggio, alla post produzione, ecc.

Il sistema di produzione è di tipo tradizionale: studi di posa con scenografie di interni ricostruite, mentre per le ambientazioni esterne, si utilizzano location reali con la presenza sul posto della troupe, di tecnici e di attori. Il personale utilizzato è di circa 200 addetti di cui il 30% è stabile. A questi dovrebbero essere sommati i circa 500 attori e 4.000 comparse per lo più piemontesi attualmente ingaggiati per la produzione della fiction *Cento Vetrine*. Si tratta di una soap-opera attualmente in onda su una rete Mediaset ambientata all’interno di un centro commerciale interamente ricostruito nei teatri di posa: sono previste circa 230 puntate in totale. Come si può immaginare si tratta di una grande produzione che concentra un elevato numero di persone, tecnici, attori, comparse in un piccolo centro del Canavese.

La casa di produzione è la Aran Endemol, società controllata dalla Endemol, gruppo olandese leader delle produzioni televisive in Europa. Il costo medio per puntata è di circa 115 milioni per una produzione di circa 30 minuti al giorno. Il dato è da sottolineare

⁹ Secondo i responsabili di Telecittà la cifra di riferimento per altri paesi europei è di circa 2.000 ore di fiction all’anno, mentre in Italia, ad oggi, sono mediamente 650.

perché rappresenta uno dei vantaggi competitivi rispetto – ad esempio – agli studi di produzione romani che mediamente ne realizzano dieci. La concentrazione di tutte le fasi produttive in un'unica struttura garantisce un risparmio di tempo considerevole che si traduce in un risparmio economico rispetto a produzioni simili che varia dal 30 al 40%. Si tratta di un vantaggio competitivo rispetto ad altri centri fondato sui costi di produzione ma non configura una reale concorrenza con Roma: la fiction del prime-time è appannaggio dei centri di produzione romani, mentre nel caso di Telecittà la produzione riguarda soap-opera e fiction a basso costo per fasce orarie meno rilevanti. I committenti sono prevalentemente le reti televisive nazionali o internazionali generaliste.

La quantificazione del fatturato di Telecittà non è sufficiente ad individuare la dimensione economica indotta dalla presenza dell'intera struttura. Infatti al bilancio della struttura dovrebbe essere sommato il fatturato delle produzioni che ospita. Oltre alle società che operano stabilmente all'interno del complesso per le attività di editing, post produzione, doppiaggio, sonorizzazione, ecc. una serie di competenze professionali, di prestazioni e di forniture vengono direttamente pagate dalle case di produzione che usufruiscono dei servizi messi a disposizione da Telecittà. Per esempio la dimensione economica di *Cento Vetrine* è valutabile in circa 30-40 miliardi che vengono effettivamente spesi in Piemonte, ma sono almeno in parte direttamente pagati dalla Aran Endemol ai tecnici, agli attori, alle comparse piemontesi; tale quota – non transitando per i bilanci di Telecittà – non viene compresa nelle stime economiche dell'audiovisivo.

È da rilevare inoltre che il centro produttivo si caratterizza come un vero e proprio polo industriale che dovendo “per natura” ospitare attività labour intensive, attira in un territorio a bassa densità un gran numero di persone: in breve tempo la costruzione ex novo di tutti i servizi quali ristorazione, alberghi, e strutture per l'intrattenimento disponibili per il personale e per i lavoratori di Telecittà ha aumentato l'impatto economico delle attività produttive e contribuisce contemporaneamente ad arricchire l'offerta presente nel territorio e aperta a tutti i cittadini.

I casi sopra riportati rappresentano due esempi applicati allo stesso oggetto di produzione, ma con filosofie produttive agli antipodi tra loro. In entrambi i casi il problema consiste nell'abbattere i costi di produzione della fiction: nel primo esempio si adottano sistemi tecnologicamente innovativi, sofisticati e capital intensive, mentre nel secondo caso si sfruttano strategie localizzative, economie di scala, integrazione dei servizi, razionalizzazione dei sistemi tradizionali di produzione labour intensive.

Lo stesso obiettivo non mette le differenti strutture in competizione tra loro: emergono le differenze nell'impostazione di fondo e nel modello produttivo, ma si evidenzia anche una complementarità di sistemi produttivi congruenti con lo sviluppo del settore audiovisivo, estremamente articolato per rispondere alle domande di target differenti e di diversi segmenti di produzione.

Si tratta di due esperienze citate qui come esempi per illustrare alcune delle dinamiche in atto che non esauriscono certamente il panorama delle innovazioni sia tecnologiche che di processo produttivo messo in campo dall'insieme delle aziende attive. Proprio la mobilità, la capacità di individuare nicchie di mercato e di occuparle, di incrementare la versatilità produttiva, rappresentano risorse competitive sia per la singola azienda che per l'intero sistema produttivo piemontese.

I progressi “di sistema” compiuti dalla produzione audiovisiva in Piemonte negli ultimi anni sono evidenti e ciò risulta di fondamentale importanza per imporre in un tempo accettabile in termini competitivi, un distretto produttivo piemontese capace di competere con le altre regioni europee e italiane: occorre una massa critica per generare il “milieu” capace di rappresentare l'humus, il terreno di coltura, l'ambiente che fornisce le risorse per il rinnova-

mento e lo sviluppo endogeno del settore produttivo. A partire dagli anni cinquanta-sessanta qualcosa di molto simile avvenne per l'editoria e le arti grafiche in Piemonte, come sottolinea questo esempio: i partecipanti ad uno storico corso di formazione per giovani tecnici-tipografi alla ILTE diventarono nel corso degli anni la struttura dirigenziale tecnica delle più importanti stamperie della regione, contribuendo non poco all'affermarsi di un polo di qualità nell'editoria e nella stampa di libri d'arte. Pur se in regime di concorrenza in mercati simili, vi furono casi di cooperazione e diffusione di competenze tecnologiche che passarono anche per la rete "amicale" di conoscenza costruita all'interno di quel corso.

I primi anni 2000 potrebbero rivelarsi altrettanto cruciali per l'industria dell'audiovisivo, per fare "gioco di squadra", pur in presenza di competizione e concorrenza, per cogliere "nel mercato" i frutti dei grandi investimenti pubblici a cui Città di Torino e Regione Piemonte hanno aderito con la partecipazione dell'Unione Europea, su sollecitazione degli operatori e delle aziende locali. Anche altre regioni, in Europa e in Italia, guardano con interesse al settore audiovisivo, come a una delle industrie maggiormente indiziate di produzione di ricchezza e occupazione e la competizione futura appare forte. Solo a pochi chilometri di distanza, in Lombardia, è stato avviato uno studio di fattibilità per l'apertura di un centro multimediale che potrebbe entrare in competizione con i poli produttivi piemontesi.

3.4 LO SPETTACOLO DAL VIVO

L'indagine dell'Osservatorio sullo spettacolo dal vivo ha preso in considerazione complessivamente 248 soggetti, di cui 73 compagnie e imprese teatrali, 65 fra festival, rassegne di musica, danza, teatro e cinema, e 110 fra enti e associazioni musicali. La percentuale di risposta al monitoraggio variano a seconda dei generi. Per ciò che concerne il teatro, i 56 soggetti rispondenti arrivano a coprire quasi per intero il panorama regionale delle compagnie e imprese teatrali professionistiche o amatoriali aventi un'attività continuativa e rilevante. Per quanto riguarda i festival, le 51 strutture rispondenti distribuite sul territorio rappresentano i soggetti organizzatori dei maggiori eventi. La percentuale di risposta diminuisce invece per la musica: i 30 soggetti rispondenti sono infatti solo il 24% degli enti e associazioni monitorati, ma includono le principali strutture per dimensione economica, numero di addetti e spettacoli proposti. La stima della dimensione economica dello spettacolo dal vivo raggiunge complessivamente 200 miliardi, di cui, come anche per il 1998, la quota maggiore pari a circa il 40%, è assorbita dalle principali strutture (Teatro Stabile e Teatro Regio).

Il teatro

Il panorama dell'attività teatrale in regione, per la stagione 1998-1999, appare sostanzialmente sullo stesso ordine di grandezza della stagione precedente. Il volume complessivo delle entrate è di circa 47 miliardi¹⁰, circa il 2% in meno rispetto alla passata stagione. Approssimativamente il 53% delle entrate delle compagnie deriva da finanziamenti pubblici, ma, rispetto al 1998, aumenta l'incidenza dell'intervento locale di Comuni, Province e Regione rispetto al finanziamento ministeriale rappresentato dal Fondo Unico dello Spettacolo. A beneficiare dei finanziamenti locali sono soprattutto le compagnie di più piccole dimensioni, dal momento che il finanziamento ministeriale, che rappresenta complessivamente il 16% del totale delle entrate, si indirizza verso le strutture di maggiori dimensioni (circa un terzo del totale): a conferma di ciò il 50% del finanziamento del FUS per l'attività teatrale è destinato al Teatro Stabile.

Sempre rispetto alla stagione precedente, l'occupazione complessiva, conteggiata in tempi pieni effettivamente lavorati¹¹, nelle 56 compagnie monitorate ammonta a 358 unità, con un incremento del 2% rispetto all'anno passato. È tuttavia decisamente superiore il numero di coloro che collaborano a vario titolo all'attività delle compagnie, che spesso si avvalgono di artisti e tecnici per prestazioni limitate a pochi giorni di lavoro, così come significativo risulta essere l'apporto del lavoro volontario.

L'insieme delle compagnie monitorate – in base a parametri dimensionali riguardanti l'occupazione, la dimensione economica e l'attività – è divisibile in cinque distinti gruppi, caratterizzati da dinamiche e problematiche tra loro anche molto diverse.

Al *primo gruppo* appartiene esclusivamente il Teatro Stabile che, rappresentando da solo quasi la metà delle risorse economiche dell'intero settore monitorato, risulta incomparabile con le altre realtà. Dall'analisi dei dati quantitativi relativi alla stagione 1998-1999, emerge una contrazione dell'attività del Teatro Stabile. Pur rimanendo pressoché invariata l'offerta di spettacoli, si è registrato un aumento dell'attività di ospitalità a fronte di una contrazione dell'attività di produzione, il che ha comportato da un lato una diminuzione delle giornate lavorative del numero di addetti, sia stagionali che stabili, dall'altro una flessione nella presenza di spettatori (-11%). Tuttavia i dati relativi alla stagione 1999-2000 rilevano un'inversione di tendenza positiva sia per quanto riguarda la produzione di spettacoli che per affluenza di pubblico.

Il *secondo gruppo* è composto da sette imprese e compagnie teatrali di grandi dimensioni sia

¹⁰ Il dato è relativo a 56 compagnie teatrali professioniste.

¹¹ Vengono considerati lavoratori a tempo pieno coloro che complessivamente svolgono almeno 200 giorni di lavoro all'anno.

per volume di attività che per numero di addetti. Sono poco più di una ventina mediamente gli addetti stabili per ciascuna di queste compagnie, ma almeno altre 30 persone collaborano a tempo parziale. L'aumento del personale che si rileva rispetto alla stagione precedente trova riscontro nell'aumento delle giornate lavorative delle compagnie (i tempi pieni sono passati da 157 della stagione 1997-1998, a 162) e nel numero delle recite (da circa 1.300 a 1.500). Le entrate sono arrivate a circa 17 miliardi (+3% rispetto all'anno precedente, di cui il 43% derivanti da finanziamenti pubblici). In questo gruppo le entrate derivanti dal Fondo Unico dello Spettacolo rappresentano il 20% del totale. L'aumento dell'attività si è tradotto anche in un sensibile aumento di pubblico, pari a circa il 7% compresi gli spettatori sia nelle sedi direttamente gestite, sia nelle tournée e nei festival.

Le 13 compagnie professionali di medie dimensioni che compongono il *terzo gruppo* (mediamente cinque tempi pieni stabili e un volume d'entrate tra i 200 ed i 500 milioni annui) hanno manifestato una flessione dell'attività in termini di giornate recitative, giornate lavorative, quantità di tempi pieni occupati e pubblico. Rimane pressoché invariata la dimensione economica complessiva rispetto alla passata stagione, che si assesta per il 1998-1999 sui 4,7 miliardi, di cui il 35% derivante da finanziamenti pubblici. In qualche modo si registra una difficoltà legata espressamente alla soglia dimensionale intermedia, che risente della rigidità di strutturazione propria delle strutture professionali, ma nel contempo non accede ad economie di scala. La quota maggiore del personale rimane dedicato alle funzioni artistiche, mentre nei processi di sviluppo propri delle compagnie di maggiori dimensioni acquistano peso e rilevanza strategica le funzioni organizzative e gestionali.

Il *quarto gruppo* è composto da compagnie semiprofessionistiche che hanno una dimensione economica complessiva di 2,8 miliardi, in aumento rispetto alla passata stagione. Il forte incremento è dovuto all'aumento dei finanziamenti pubblici, in particolare dei comuni piemontesi, e dagli introiti derivanti dall'attività propria, mentre continua ad essere esiguo l'apporto dei contributi privati. La maggiore disponibilità economica si è tradotta in un aumento considerevole delle giornate lavorative (+62%). I dati riferiti all'occupazione sono meno facilmente quantificabili in ragione dell'elevato contributo di volontari e di personale non professionistico. In questo gruppo l'elemento di forza è rappresentato dalla flessibilità organizzativa che consente di tradurre direttamente in forti incrementi di attività le risorse economiche disponibili: la struttura leggera e agile, l'apporto di lavoro volontario consistente, le dinamiche "a mantice" di espansione nei periodi di maggior intensità lavorativa sono tra i fattori alla base dell'incremento di attività.

Il *quinto gruppo* è rappresentato da 16 compagnie di piccole dimensioni, alcune al confine con il livello amatoriale, la dimensione economica delle quali – complessivamente – supera di poco i 500 milioni. L'esiguità dei volumi economici non consente un'analisi significativa delle principali variabili dimensionali, anche se l'attività svolta – in conseguenza del forte contributo di lavoro volontario – rappresenta un'offerta ben superiore e non relazionabile alle effettive risorse economiche disponibili.

La musica

La produzione musicale rappresenta uno dei settori dello spettacolo dal vivo di più difficile rilevazione. La ragione va ricercata innanzi tutto nella forte eterogeneità che caratterizza gli operatori. Il panorama infatti è composto sia da grandi enti dotati di una struttura organizzativa forte e di risorse economiche consistenti – valga per tutti il caso del Teatro Regio – sia da formazioni o professionisti la cui attività è temporanea o intermittente, senza una sede istituzionale e con risorse economiche di limitata entità. È soprattutto quest'ultima tipologia di soggetti, peraltro la più numerosa, che sfugge ai monitoraggi e ai censimenti, anche se nel suo complesso è responsabile di un'offerta di concerti e spettacoli tutt'altro che trascurabile sia sul piano quantitativo che qualitativo.

Altrettanto articolato risulta il settore dell'indotto musicale, dell'offerta di servizi e spazi legata alla produzione artistica e alla sua diffusione. Sono compresi in questa categoria studi di registrazione, etichette discografiche, sale prova, promoter, ecc.

Le grandi strutture torinesi

Nell'ambito della musica colta il Teatro Regio è la principale struttura piemontese per produzione-organizzazione di eventi musicali e per numero di addetti, nonché uno dei principali soggetti economici nel settore culturale a livello regionale, con entrate che nel 1999 superano i 54 miliardi e un organico di 330 unità. Nel corso del 1999 sono stati realizzati 356 spettacoli – di cui 59 in sede decentrata – che hanno registrato oltre 180.000 presenze paganti e circa 83.000 presenze a spettacoli e manifestazioni gratuite. Sono state inoltre organizzate 887 iniziative didattico-musicali che hanno interessato in totale circa 50.000 studenti. L'attività si è incrementata rispetto al 1998, dando luogo ad un aumento del pubblico pagante di circa il 10%, pari a 18.000 presenze in più rispetto all'anno precedente.

Ruolo assai rilevante nella produzione concertistica è rappresentato dall'Orchestra Sinfonica Nazionale della Rai, che nel 1999 ha proposto 122 concerti – di cui 80 in Piemonte – per circa 180.000 spettatori (112.000 in Piemonte) con 135 addetti nel 1999.

Attive nell'organizzazione di stagioni musicali – con una dimensione economica che nel 1999 supera i sei miliardi – l'Unione Musicale e l'Associazione Lingotto Musica hanno ospitato nel 1999 rispettivamente 42 e 10 spettacoli, per un totale di 53 artisti e 23 orchestre. L'Unione Musicale, oltre alla propria stagione concertistica, si occupa anche della gestione del circuito musicale regionale "Piemonte in Musica" alla cui realizzazione collaborano stabilmente anche il Teatro Regio, la Rai e l'Orchestra Filarmonica di Torino. Piemonte in Musica, attivato dall'Assessorato alla Cultura della Regione Piemonte, è un servizio rivolto agli enti pubblici finalizzato alla promozione e circuitazione nei comuni di più piccole dimensioni di concerti di musica classica. Nel 1999 sono stati realizzati 543 spettacoli (per la grande maggioranza concerti di musica classica) che hanno totalizzato circa 250.000 presenze. La ricca offerta concertistica è integrata dall'attività dell'Orchestra Filarmonica di Torino che, nata nel 1982, collabora dal 1991 con l'Orchestra Sinfonica di Torino della Rai mentre dal 1993 produce e organizza una stagione sinfonica propria al Conservatorio Giuseppe Verdi, alla quale partecipano circa 1000 abbonati.

Ad esclusione delle cinque strutture precedentemente considerate, il monitoraggio ha preso in considerazione altri 26 soggetti che operano per lo più nell'ambito della musica classica, al cui interno si colloca l'Orchestra Sinfonica Giovanile del Piemonte, che nel solo 1999 ha proposto 122 spettacoli.

Non mancano tuttavia associazioni e centri musicali attivi anche nell'organizzazione di concerti di musica popolare/contemporanea (9 soggetti). L'insieme monitorato evidenzia come la maggioranza dei soggetti siano impegnati nell'organizzazione di concerti (22 dei 26 soggetti considerati), ma anche di stagioni musicali (11 soggetti), nella produzione musicale (otto soggetti) e nella didattica (9 soggetti). Alcuni inoltre sono attivi anche nell'organizzazione di festival e rassegne, nella realizzazione di audio-video e nel campo della ricerca. Anche se l'insieme monitorato dall'OCP non è rappresentativo di tutte le strutture e di tutti i professionisti operanti in Regione (più di 260 i soggetti individuati nella guida Musica in Piemonte 2000¹²) si evidenzia la possibilità di suddividere i diversi operatori in tre grandi classi:

- nella prima sono presenti – nel monitoraggio OCP – tre strutture attive nell'organizzazione di stagioni musicali, con una capacità di spesa che va dal mezzo miliardo a un miliardo circa, per un totale, nel 1999, di circa 2,3 miliardi;
- nella seconda classe l'Osservatorio ha monitorato 11 soggetti la cui capacità di spesa è compresa in un range tra i 100 e i 500 milioni, per un ammontare di risorse complessive pari a circa 2,5 miliardi di lire. All'attività concertistica e di organizzazione si affianca la didattica particolarmente significativa proprio per le associazioni e organizzazioni raggruppate in questa categoria;

¹² Città di Torino, Regione Piemonte, *Musica in Piemonte 2001*. Torino: Edizioni Sonda, 2000.

- infine, la terza classe è rappresentata da un consistente numero di associazioni con una dimensione economica variabile da meno di 10 milioni a quasi 100 milioni. L'OCP ha raccolto notizie per dodici di esse, ma il loro numero è stimabile almeno attorno alle cento unità.

Per ciò che concerne le fonti di finanziamento, i contributi pubblici continuano a rappresentare la maggior risorsa per l'intero settore (circa il 71% delle entrate delle associazioni e delle istituzioni monitorate), mentre i finanziamenti privati si attestano su una quota attorno al 7%.

Come altre attività culturali, l'offerta musicale risulta fortemente concentrata nel capoluogo regionale, anche in ragione della presenza di sedi concertistiche d'eccellenza quali il Teatro Regio, gli auditorium della Rai e del Lingotto, la sala Verdi del Conservatorio. Sui 30 soggetti osservati nel corso del monitoraggio OCP oltre il 60% è localizzato nella provincia torinese.

Se in Piemonte la musica colta rappresenta il genere più rilevante per dimensione economica e per presenza di strutture organizzative di grande rilievo, la musica popolare/contemporanea – che comprende pop, rock, etno-folk, jazz e dance – è quello che conta il maggior numero di soggetti attivi. Si tratta in gran parte di professionisti solisti, gruppi, associazioni e centri musicali caratterizzati da una assoluta “leggerezza” organizzativa non di rado coincidente con l'attività a titolo quasi gratuito di uno o più professionisti: questo tessuto caratterizzato per lo più da strutture “pulviscolari” è tuttavia in grado di mettere in campo un'offerta dimensionalmente rilevante che ha luogo nei pub, nei locali, nelle discoteche, nei centri sociali e che rappresenta una panorama di riferimento per i consumi culturali dei giovani. Si contano più di 500 gruppi attivi in Piemonte, per quasi quattro quinti residenti nella Provincia di Torino.

Anche le aziende che forniscono servizi e spazi, nell'ambito del settore musicale, risultano per lo più concentrate in Torino e nell'area metropolitana. La guida *Musica in Piemonte 2001*¹³ individua, sul territorio regionale, 69 studi di registrazione (il 71% dei quali nella provincia di Torino), 36 sale prova (quasi tutte nel capoluogo regionale), 16 etichette discografiche ed edizioni musicali, 22 agenzie di promoter.

In termini generali il panorama della musica sia colta che extra colta appare estremamente consistente e variegato: si evidenzia un vero e proprio tessuto ricco di professionalità, che trova diverse opportunità di performance pubbliche a livello di base, contribuendo alla ricchezza dell'offerta complessiva.

Maggiori difficoltà si rivelano invece per l'accesso ad un livello superiore di attività che garantisca una crescita professionale dei gruppi musicali, soprattutto nell'ambito della musica extra colta. La mancanza di etichette discografiche forti, di agenzie di spettacolo di rilevanza nazionale, di un tessuto di locali capaci di articolare proposte di qualità alta anche se rivolte a pubblici dalle dimensioni ristrette (e di conseguenza di remunerare in maniera differenziata gli artisti di maggiore professionalità) hanno rappresentato vincoli che in qualche modo hanno reso difficoltosa l'emersione nel panorama musicale, anche se non mancano negli ultimi anni esempi significativi di accesso alla scena nazionale come nel caso dei Mau Mau, degli Eiffel 65, degli Africa Unite, dei Subsonica, dei Doctor Livingstone.

Promossa dalla Città di Torino¹⁴ all'interno di “Progetto Musica”, la rassegna musicale “Stati Generali del Rock” rappresenta una delle iniziative più interessanti nel panorama della musica extra colta, e in particolare del rock, in Piemonte. Obiettivo della rassegna è quello di individuare e di promuovere all'interno delle vetrine più importanti d'Italia le proposte più interessanti del rock piemontese – l'iniziativa è ad esempio collegata alle selezioni di Arezzo Wave, festival che da più di dodici anni promuove i gruppi rock italiani e non solo.

Fin qui la musica colta o extra colta nella sua accezione tradizionale: musicisti che suonano dal vivo, si esibiscono in concerti o registrano per etichette discografiche. Tuttavia non si può far a meno di sottolineare che l'avvento di Internet ha rivoluzionato l'intera filiera della

¹³ *Musica in Piemonte* cit.

¹⁴ Stati Generali del Rock in Piemonte è organizzato in collaborazione con Regione Piemonte, Assessorato Politiche Giovanili del Comune di Biella, Assessorato Politiche Giovanili del Comune di Vercelli, Arezzo Wave Love Festival, Associazione Fandango (Asti), BIG Torino 2000, Capolinea Disco (Cuneo), Radioflash (Torino), Zabum (Cuneo).

produzione e della distribuzione musicale aprendo nuovi mercati, nuove possibilità produttive e nuovi contraddittori sulla tutela e la remunerazione della creatività artistica e dei diritti d'autore. La "distribuzione digitale" resa possibile dagli algoritmi di compressione dei suoni si configura come una vera e propria rivoluzione per l'industria della musica. Anche a Torino i segni della crescita della net-economy sono evidenti, e proprio nel settore musicale: valga per tutti il caso di Vitaminic che dopo l'ingresso in borsa si internazionalizza tramite l'acquisizione di aziende all'estero e l'apertura di nuove sedi.

Si apre qui un settore d'indagine estremamente complesso, che incrocia tecnologia, creatività, produzione artistica, media, imprenditività, sviluppo della rete e delle telecomunicazioni, in dinamiche che fondono inestricabilmente – ed è il loro punto di forza – tutte queste diverse componenti. Capire dove spostare il confine delle attività culturali (gli Internet Provider, gli editori dei portali, l'e-business, l'e-commerce?) è un progetto di ricerca a sé che richiede un set di ipotesi da verificare nella realtà, da valutare nella loro capacità di fornire indicazioni ed elementi di comprensione delle dinamiche.

È questo uno dei campi di lavoro dell'OCP, la costruzione di un progetto di ricerca che esplori il mondo delle nuove tecnologie, della new/net-economy degli e-business, e-commerce, per vedere contiguità e differenze con il mondo della cultura "tradizionalmente" inteso. Fin dall'anno prossimo dovrebbero essere disponibili i primi risultati "sperimentali" dell'allargamento del campo di ricerca.

I festival

Il panorama dell'offerta legata agli eventi e manifestazioni temporanee in Piemonte è estremamente diversificato sia sotto il profilo della tipologia che del periodo di svolgimento. L'Osservatorio ha censito per l'anno 1999 i 65 maggiori festival distribuiti sul territorio regionale, ma il numero complessivo di rassegne, manifestazioni temporanee, eventi culturali dovuti a iniziative locali è decisamente maggiore. Nonostante in questi casi si tratti di manifestazioni di piccole dimensioni, difficili da censire singolarmente, il loro insieme configura un'offerta ricca e distribuita sul territorio che innerva soprattutto i territori regionali a minor densità abitativa.

Per ciò che concerne i festival, la maggiore concentrazione territoriale si registra nella provincia di Torino (62% del totale) e in particolare nel capoluogo; seguono la provincia di Cuneo (10%) e, con quote inferiori, le altre province.

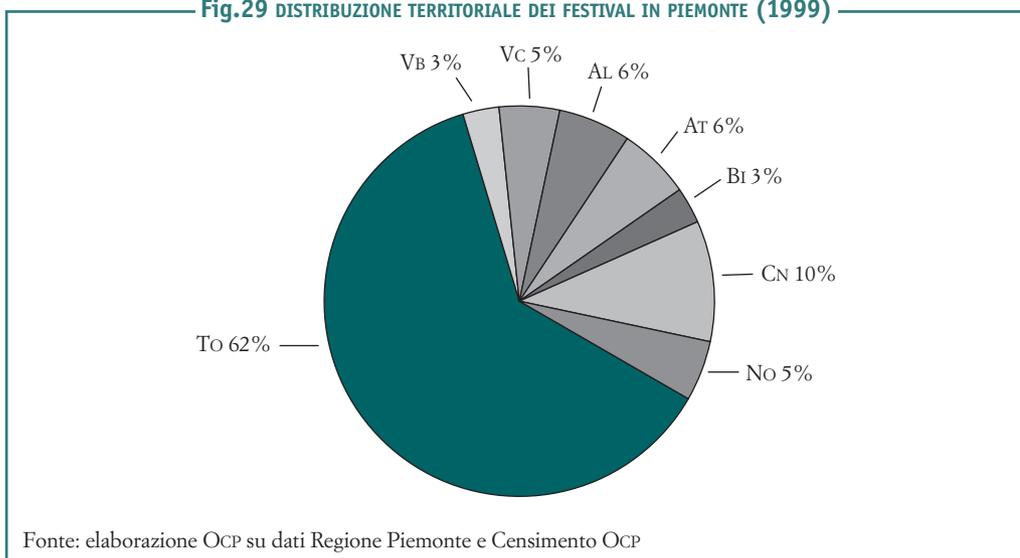
È da rilevare tuttavia una progressiva minor incidenza del capoluogo regionale, dovuta al consolidamento delle attività festivaliere nelle altre province, che configura un processo di riequilibrio nella distribuzione delle attività culturali sul territorio regionale.

Quanto ai generi rappresentati si evidenzia una netta predominanza dell'offerta di spettacoli musicali (dalla musica antica alla musica popolare contemporanea) che copre una buona parte dell'offerta complessiva, seguita da teatro, cinema e danza.

La dimensione economica dei 65 festival monitorati in Piemonte è stimata in circa 20 miliardi complessivi, per la maggior parte accentrati nella provincia di Torino. Di 51 festival su 65 è possibile una più precisa analisi delle principali grandezze economiche. Questo sottoinsieme di 51 casi, comprendenti le maggiori realtà regionali, raggiunge una quota di risorse complessive pari a 18,5 miliardi ed è composto da sette festival di cinema, tre festival di danza, 25 festival musicali, 13 festival di teatro e tre festival che presentano più generi di spettacolo. Sono quattro i festival il cui budget è superiore al miliardo di lire: "Settembre Musica", "Torino Film Festival", le settimane musicali di Stresa e "Vignaledanza". Seguono una decina di realtà che possono contare su risorse superiori ai 300 milioni, mentre i restanti 37 festival si dividono i rimanenti 4,4 miliardi.

I festival organizzati all'interno della provincia di Torino rappresentano circa il 60% delle risorse complessive, concentrate ulteriormente nella città di Torino. Questo dato è peraltro in linea con la concentrazione delle attività culturali – nel loro complesso – nel capoluogo

Fig.29 DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DEI FESTIVAL IN PIEMONTE (1999)



piemontese. Si pensi che nella sola cornice di “Giorni d’Estate” (che tra gli altri obiettivi ha quello di fornire opportunità di cultura e svago per coloro che rimangono nel periodo estivo a Torino) si contano più di 20 iniziative/rassegne/festival differenti, oltre all’attività delle circoscrizioni – spesso a titolo gratuito – e alle iniziative coordinate e curate dai comuni dell’hinterland.

Quanto alla struttura delle entrate è la Regione Piemonte il maggiore finanziatore, con il 26,4% della quota globale; segue l’intervento dei comuni (22,2%). L’intervento dello Stato attraverso il Fondo Unico dello Spettacolo (FUS) riguarda nove festival su 51 e si attesta su di un’incidenza complessiva attorno all’8%. È praticamente la stessa percentuale che rappresentano le entrate fornite da contributi privati e sponsorizzazioni, a riprova di un legame dei festival con il territorio e con le comunità locali che si traduce anche in forme concrete di sostegno economico. Risulta rilevante infine la quota di entrate proprie garantite da sbigliettamento e abbonamenti (che arriva a sfiorare il 28%).

Complessivamente si legge un progressivo radicamento delle iniziative festivaliere alle quali in non pochi casi è affidato l’esplicito compito di “illuminare” aree del territorio regionale ad alta valenza ambientale e paesaggistica ma poco conosciute, contribuendo ad innescare fenomeni di sviluppo locale favoriti dal consolidamento del turismo culturale. Diventano percepibili gli effetti positivi di iniziative promozionali quali la creazione del circuito “Piemonte dal Vivo” promosso dalla Regione Piemonte che, aumentando la visibilità delle singole iniziative, contribuisce ad un afflusso di pubblico e ad un radicamento dei festival sul territorio.

L’accento sul sostegno delle iniziative nei territori extra - metropolitani si inserisce in un quadro di investimenti che attraversa tutto il settore culturale per comprendere non solo lo spettacolo dal vivo, ma anche i beni architettonici e ambientali, a testimonianza di un indirizzo di politica territoriale attento alla valorizzazione delle risorse locali.

3.5 LE BIBLIOTECHE

Nel corso del 2001 la Regione Piemonte ha avviato un'indagine sulle biblioteche civiche regionali finalizzata al monitoraggio e alla valutazione di alcuni aspetti relativi soprattutto ai servizi e al patrimonio di tali istituzioni. Ponendosi come una sorta di prosecuzione e aggiornamento del censimento avviato nel 1993, la raccolta di dati – la cui analisi è tuttora in corso – conferma le caratteristiche proprie della realtà bibliotecaria regionale, costituita per lo più da centri piccoli e medio-piccoli diffusi in modo alquanto omogeneo sul territorio, dove spesso la biblioteca è l'unico strumento di organizzazione culturale. Uno dei principali elementi di criticità è ancora la mancanza di personale qualificato: nelle biblioteche civiche di comuni con meno di 5.000 abitanti le risorse umane sono composte prevalentemente da personale volontario, mentre nei comuni di maggiori dimensioni, e soprattutto in alcuni sistemi bibliotecari, si è registrato uno sforzo di qualificazione delle professionalità che pare aver premiato l'impegno profuso in questi anni dalla Regione, dalle amministrazioni locali, dai direttori di biblioteca.

Sul territorio regionale sono presenti 20 sistemi bibliotecari – di cui 17 già attivi – costituiti da una biblioteca centrale – convenzionata con l'amministrazione regionale per svolgere sul territorio una funzione di coordinamento delle attività e della circolazione del patrimonio documentario – e da una rete di biblioteche minori ad essa collegate. Dall'analisi di una serie storica di dati relativi alle spese per l'acquisto libri, agli orari d'apertura, al numero di prestiti annualmente effettuati, ecc., è possibile sin d'ora intravedere, pur con le debite cautele e discrepanze, un processo di crescita e di consolidamento dell'attività dei sistemi bibliotecari, la cui collaborazione è destinata ad affiancare sempre più l'opera di programmazione regionale.

Da ultimo vale la pena accennare ad uno degli interventi di maggior respiro che innoverà il panorama bibliotecario regionale, ossia la realizzazione della “Nuova Biblioteca Civica” di Torino, che rappresenterà un importante polo culturale non solo per la città ma per l'intera area metropolitana. Attualmente è stato presentato lo studio di fattibilità finanziato dalla Regione Piemonte, che ha consentito, tra le altre cose, di rilevare le peculiarità dell'area metropolitana torinese, confrontandola con quelle non solo regionali, ma proprie di altre realtà metropolitane.

3.6 L'ASSOCIAZIONISMO CULTURALE

Le attività delle associazioni riguardano tutti i settori culturali: dai musei e beni culturali, ai servizi, allo spettacolo, ai media, con una diffusione capillare su tutto il territorio regionale. Gran parte di questi soggetti ha dimensioni ridotte e svolge un'attività talvolta sporadica che spazia da un settore ad un altro.

Il monitoraggio condotto dall'Ocp nel 1999 riguarda 248 associazioni.

Per quanto riguarda le loro attività, sebbene non vi sia una netta predominanza di un settore rispetto agli altri, è possibile rilevare come la maggior parte delle associazioni rispondenti al monitoraggio (circa il 37%) sia impegnata nei musei, beni culturali, paesaggistici e ambientali, mentre il 16% sia costituito da associazioni attive nel settore delle arti visive. I centri di studio e ricerca rappresentano circa il 14% dei soggetti monitorati, così pure le associazioni che si occupano di promozione culturale. Cineforum e circoli cinematografici rappresentano una percentuale pari al 9%, mentre l'ambito di interesse del restante 10% taglia trasversalmente molti settori della cultura (spettacolo, letteratura, arte, media).

La maggior parte dei soggetti monitorati, circa il 58%, risiede nella provincia di Torino e prevalentemente in Torino città, seguono la provincia di Cuneo con oltre il 20% e quella di Alessandria (7,7%). Il numero di associazioni si riduce per le altre province.

Per ciò che concerne la dimensione economica dei soggetti visibili da parte dell'Ocp – in alcuni casi già osservati nei paragrafi precedenti – è possibile stimare un importo che va dai 20 ai 22 miliardi, di cui le quote più consistenti sono rappresentate da compagnie teatrali, musicali e organizzatori di festival.

Nel 1999 per i 37 casi osservati dall'Osservatorio, di cui è disponibile l'informazione relativa al dato economico, le risorse ammontano a 7,7 miliardi¹⁵.

Costituisce un'importante risorsa per le associazioni il personale volontario¹⁶. Da evidenziare il ruolo del volontariato nel settore dei servizi alla cultura e in particolare il ruolo delle associazioni "Amici dei Musei", gestite in prevalenza da personale volontario.

¹⁵ Nel 1998, per i 26 casi osservati le risorse si attestavano intorno ai 3 miliardi.

¹⁶ Per un approfondimento sulle associazioni di volontariato si veda il capitolo 2.

OSSERVAZIONI CONCLUSIVE

Per il terzo anno consecutivo si incrementa il numero dei visitatori ai musei a Torino e in Piemonte, ritoccano nuovamente verso l'alto il massimo storico dal dopoguerra ad oggi fatto segnare l'anno scorso. Le ragioni sono molteplici, e nessuna da sola spiega completamente la dinamica d'insieme, neanche l'apertura del Museo Nazionale del Cinema a luglio del 2000, che pure supera i 200.000 visitatori nell'anno e rappresenta un nuovo elemento di centrale importanza nel Sistema Museale Metropolitano. È una dinamica di sistema quella che pare essersi innescata: l'apertura di nuovi musei e l'incremento delle mostre genera nuovo pubblico, attira nuovi visitatori. E non solo a Torino: il Forte di Exilles, riaperto in luglio, a fine anno fa registrare 50.000 visitatori. L'impegno per Venaria quindi, e per le Residenze Sabaude nel loro complesso, si inquadra in una dinamica forte, articolata e diversificata che cresce in termini di sistema e a cui concorrono numerose istituzioni, musei, sedi espositive.

Si legge un primo tangibile effetto di una stagione di investimenti iniziata già da alcuni anni e che ha visto le principali istituzioni pubbliche e private cooperare nella strategia di valorizzazione dei beni culturali. Come in ogni strategia complessa è necessario però che gli investimenti raggiungano una massa critica, occorre un lasso di tempo medio-lungo per poter dispiegare una effettiva regia, perché i benefici diventino visibili e percepibili. Oggi possiamo avvertirne i primi segnali, la situazione è significativamente diversa rispetto al 1997.

Gli accordi di programma tra Stato e Regione recentemente siglati, ma anche la scadenza olimpica bastano a rassicurare sul fatto che la stagione degli investimenti non sia finita. E ciò è fondamentale, perché questi primi risultati positivi non possono significare una dinamica inarrestabile, un processo che oramai si autoalimenta e porta sempre più a connotare "necessariamente" il Piemonte come terra di cultura e turismo culturale.

Sono effetti importanti, ma nel loro stato iniziale devono ancora vincere molte inerzie tra le quali – non ultima – la modesta propensione alla spesa per la cultura dei piemontesi. Sono effetti che ci paiono dimensionalmente significativi anche perché abbiamo messo a fuoco le lenti della nostra indagine a livello regionale: tuttavia vanno ancora accompagnati, sostenuti, incrementati, gestiti. Dai dati nazionali vediamo una propensione al contenimento dei consumi culturali dei piemontesi che non sarà facile modificare, una domanda di spettacolo dal vivo e di cinema significativamente più bassa rispetto ad altre regioni. Non è una contraddizione: le analisi a livello regionale ci dicono che una "rottura" c'è stata, che la situazione – soprattutto sul versante della valorizzazione dei beni culturali e dei musei – non solo non è più stagnante, ma ha attivato una nuova domanda, e che dunque gli investimenti stanno generando gli effetti sperati; i dati di livello nazionale, i confronti tra i consumi dei piemontesi e le altre regioni ci ricordano che dobbiamo superare non poche inerzie, che il processo avviato dovrà superare ancora molti ostacoli.

Un semplice esempio: dalle indagini qualitative nei musei, dalla percezione di operatori diversi, istituzioni culturali, ma anche ristoratori, bar, si evince un incremento forte del turismo italiano e straniero in Torino ed in altre zone del Piemonte, turismo che tuttavia non è così facile rintracciare nei dati delle presenze e degli arrivi.

L'ipotesi più comune è che si tratti di "escursionisti", ovvero di turisti di un giorno solo, senza pernottamento, che quindi sfuggono alle statistiche che misurano il turista sulla base delle notti in albergo. Se è così, è fondamentale che gli escursionisti si trovino di fronte ad una domanda ricca ed attraente nel suo complesso, inesauribile in una sola giornata e che motivi un viaggio di ritorno, magari con pernottamento. Allora gli escursionisti possono costituire una sorta di "avanguardia" del turismo più stanziale, un investimento per il futuro. L'offerta – non c'è dubbio – sta crescendo, già oggi Torino e il Piemonte appaiono al turista culturale una meta interessante: si tratta di comunicarlo di più e meglio, di pensare ai modi

con cui un turismo più ricco, meno “vorace” di monumenti in poche ore può essere richiamato e soddisfatto. In questa direzione, i nuovi investimenti e l’attuazione del circuito delle Residenze Sabaude possono fornire l’impulso decisivo all’accelerazione e al consolidamento del processo.

Resta fondamentale che lo spettacolo dal vivo acceda ad una dinamica di crescita, anche a partire dalle occasioni di sinergia con i beni culturali, e dall’incrocio con le potenzialità turistiche del territorio regionale. Il consolidamento del ruolo dei festival soprattutto nei territori decentrati indica una via di grande interesse, di utilizzo dello spettacolo come di un proiettore che illumina differenti porzioni di territorio, ai turisti, certo, ma anche ai piemontesi. Non solo i beni culturali ed i musei, ma anche lo spettacolo dal vivo può giocare un ruolo fondamentale, rappresentare una risorsa nelle dinamiche di sviluppo locale.

Per ciò che riguarda la produzione culturale nel suo complesso, i settori al centro dell’analisi dell’OCP (lo spettacolo dal vivo, le attività culturali, la produzione dell’editoria libraria), si nota una stabilità con una tendenza a lievi incrementi rispetto agli ordini di grandezza dell’anno precedente: fa eccezione la produzione audiovisiva, in crescita sensibile per addetti e fatturato. Anche qui diviene sempre più percepibile l’investimento degli anni passati – in tecnologia, in formazione – sia delle aziende, sia dei soggetti pubblici: l’utilizzo di nuove tecnologie apre nuovi spazi di mercato e nuove nicchie, e fa ben sperare per il consolidamento di un polo dell’audiovisivo.

In termini più generali, ad un consolidamento e ad una relativa stabilità del “cuore” di ciascuna filiera di produzione culturale corrisponde un insieme di segnali di mutazione, movimenti, dinamiche, fibrillazioni ai “bordi” delle aree tradizionali di produzione.

Si può ancora analizzare il settore musicale senza prendere in considerazione la “distribuzione digitale”, l’MP3, Internet, i nuovi intermediari? Qual è il confine della produzione audio-video, come sconfina nelle telecomunicazioni, come viene trasformata dall’interno da parte della tecnologia, se software dell’industria aeronautica e bellica si rivelano essere i progenitori dei sistemi di calcolo che consentono di sovrapporre in tempo reale alla recitazione degli attori, paesaggi e fondali filmati in precedenza? Cosa rappresenta l’editoria elettronica nella produzione culturale?

Occorre lanciare al più presto un programma di ricerca in queste direzioni e sperimentare nuovi approcci e nuovi modelli di analisi. La cosa non è facile; non si tratta di aggiungere i fatturati e i dipendenti di questa o quella azienda della new o della net economy nei conti generali dei settori culturali, a seconda che se ne abbia o meno notizia, quanto invece di costruire una logica di analisi, un progetto di allargamento di ciò che è utile considerare produzione culturale, di ciò che si riesce a interpretare e ad analizzare. Con l’aggravante che la ricerca è normalmente lenta, mette in campo molte ipotesi, ne verifica solo alcune e di solito deve tarare gli strumenti, affinare di anno in anno le procedure, mentre la nuova economia appare veloce, nervosa, adrenalinaica, a bassa inerzia e a bassa cristallizzazione. Sarà sicuramente difficile misurare gli strumenti della ricerca con questo mondo, senza concludere con osservazioni generiche e banali, già vecchie al momento della pubblicazione. È senz’altro una sfida elettrizzante e la ricerca applicata potrebbe arricchirsi di molto se accetta di mettersi in discussione uscendo dai rassicuranti confini dell’economia della cultura, tradizionalmente intesa e fondata una quarantina di anni fa. Questa è una delle direzioni da affrontare per il futuro, a partire dalla prossima Relazione annuale, in cui daremo conto delle prime esplorazioni e delle professioni culturali al di fuori dei settori culturali tradizionalmente intesi.

APPENDICE

INDICATORI PER UN CONFRONTO DEI CONSUMI CULTURALI FRA REGIONI E AREE METROPOLITANE ITALIANE

Le seguenti tabelle rappresentano il dettaglio delle tabelle 9, 10, 11 e 12 (par. 1.5 Lo spettacolo dal vivo) e consentono, per ciascuna voce (diffusione quotidiani, settimanali, spesa per generi di spettacolo, ecc.), di individuare la posizione del Piemonte, dell'area metropolitana di Torino o della città di Torino rispetto alle altre regioni, aree metropolitane e capoluoghi delle aree metropolitane italiane.

Consumi culturali nelle regioni italiane

Tab.A1 POPOLAZIONE DELLE REGIONI ITALIANE

| POSIZIONE | REGIONE | POPOLAZIONE |
|-----------|-----------------------|-------------|
| 1 | Lombardia | 9.028.913 |
| 2 | Campania | 5.792.580 |
| 3 | Lazio | 5.255.028 |
| 4 | Sicilia | 5.098.234 |
| 5 | Veneto | 4.487.560 |
| 6 | <i>Piemonte</i> | 4.288.051 |
| 7 | Puglia | 4.086.422 |
| 8 | Emilia-Romagna | 3.959.770 |
| 9 | Toscana | 3.528.563 |
| 10 | Calabria | 2.064.718 |
| 11 | Sardegna | 1.654.470 |
| 12 | Liguria | 1.632.536 |
| 13 | Marche | 1.455.449 |
| 14 | Abruzzo | 1.277.330 |
| 15 | Friuli-Venezia Giulia | 1.183.916 |
| 16 | Trentino-Alto Adige | 929.574 |
| 17 | Umbria | 832.675 |
| 18 | Basilicata | 607.853 |
| 19 | Molise | 328.980 |
| 20 | Valle d'Aosta | 119.993 |
| | Italia | 57.612.615 |

Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT 1999

Tab.A2 DIFFUSIONE PER ABITANTE DEI QUOTIDIANI, PER REGIONE

| VALORI % | | |
|-----------|-----------------------|-------------|
| POSIZIONE | REGIONE | POPOLAZIONE |
| 1 | Trentino-Alto Adige | 67,6 |
| 2 | Liguria | 64,8 |
| 3 | Friuli-Venezia Giulia | 59,6 |
| 4 | Emilia-Romagna | 52,9 |
| 5 | Lazio | 51,2 |
| 6 | Lombardia | 48,3 |
| 7 | Toscana | 48,1 |
| 8 | Sardegna | 46,3 |
| 9 | Valle d'Aosta | 46,0 |
| 10 | Veneto | 39,5 |
| 11 | <i>Piemonte</i> | 38,3 |
| 12 | Umbria | 31,2 |
| 13 | Marche | 30,5 |
| 14 | Calabria | 22,4 |
| 15 | Abruzzo | 20,8 |
| 16 | Campania | 19,1 |
| 17 | Sicilia | 18,6 |
| 18 | Puglia | 18,3 |
| 19 | Basilicata | 17,5 |
| 20 | Molise | 12,1 |
| | Italia | 37,9 |

Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT, *Statistiche culturali*, 1997

Tab.A3 DIFFUSIONE DEI SETTIMANALI PER ABITANTE, PER REGIONE

| VALORI % | | |
|-----------|-----------------------|-------------|
| POSIZIONE | REGIONE | POPOLAZIONE |
| 1 | Valle d'Aosta | 30,2 |
| 2 | Liguria | 23,4 |
| 3 | <i>Piemonte</i> | 20,8 |
| 4 | Friuli-Venezia Giulia | 20,3 |
| 5 | Lombardia | 19,6 |
| 6 | Emilia-Romagna | 18,9 |
| 7 | Trentino-Alto Adige | 18,8 |
| 8 | Veneto | 18,1 |
| 9 | Sardegna | 15,6 |
| 10 | Toscana | 15,1 |
| 11 | Lazio | 13,1 |
| 12 | Marche | 12,4 |
| 13 | Umbria | 11,2 |
| 14 | Abruzzo | 9,0 |
| 15 | Sicilia | 7,9 |
| 16 | Basilicata | 7,0 |
| 17 | Puglia | 6,5 |
| 18 | Campania | 6,1 |
| 19 | Calabria | 5,8 |
| 20 | Molise | 5,7 |
| | Italia | 14,1 |

Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT, *Statistiche culturali*, 1997

Tab.A4 TUTTI GLI STETTACOLI. SPESA PER ABITANTE, PER REGIONE

| VALORI IN LIRE | | |
|----------------|-----------------------|---------|
| POSIZIONE | REGIONE | SPESA |
| 1 | Emilia-Romagna | 232.974 |
| 2 | Veneto | 189.194 |
| 3 | Toscana | 184.792 |
| 4 | Lombardia | 168.063 |
| 5 | Liguria | 163.694 |
| 6 | <i>Piemonte</i> | 158.969 |
| 7 | Friuli-Venezia Giulia | 157.031 |
| 8 | Lazio | 152.306 |
| 9 | Marche | 150.566 |
| 10 | Umbria | 149.107 |
| 11 | Trentino-Alto Adige | 140.501 |
| 12 | Valle d'Aosta | 134.726 |
| 13 | Abruzzo | 120.111 |
| 14 | Sardegna | 115.207 |
| 15 | Puglia | 86.763 |
| 16 | Molise | 82.172 |
| 17 | Sicilia | 81.057 |
| 18 | Campania | 74.861 |
| 19 | Calabria | 70.611 |
| 20 | Basilicata | 69.512 |
| | Italia | 141.060 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.A5 ATTIVITÀ TEATRALI E MUSICALI. SPESA PER ABITANTE, PER REGIONE

| VALORI IN LIRE | | |
|----------------|-----------------------|--------|
| POSIZIONE | REGIONE | SPESA |
| 1 | Lazio | 21.000 |
| 2 | Veneto | 20.466 |
| 3 | Friuli-Venezia Giulia | 19.912 |
| 4 | Liguria | 19.367 |
| 5 | Lombardia | 18.330 |
| 6 | Emilia-Romagna | 17.759 |
| 7 | Toscana | 16.130 |
| 8 | Umbria | 14.399 |
| 9 | Marche | 14.352 |
| 10 | Trentino-Alto Adige | 13.409 |
| 11 | <i>Piemonte</i> | 12.876 |
| 12 | Campania | 7.811 |
| 13 | Valle d'Aosta | 7.617 |
| 14 | Sicilia | 7.215 |
| 15 | Sardegna | 6.546 |
| 16 | Abruzzo | 5.412 |
| 17 | Puglia | 4.694 |
| 18 | Calabria | 3.081 |
| 19 | Basilicata | 2.218 |
| 20 | Molise | 1.727 |
| | Italia | 13.518 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.A6 CINEMA. SPESA PER ABITANTE, PER REGIONE

| VALORI IN LIRE | | |
|----------------|-----------------------|--------|
| POSIZIONE | REGIONE | SPESA |
| 1 | Emilia-Romagna | 29.135 |
| 2 | Lazio | 28.407 |
| 3 | Toscana | 27.508 |
| 4 | Liguria | 24.211 |
| 5 | Lombardia | 21.502 |
| 6 | Marche | 19.562 |
| 7 | Veneto | 18.452 |
| 8 | <i>Piemonte</i> | 18.246 |
| 9 | Friuli-Venezia Giulia | 16.372 |
| 10 | Umbria | 14.786 |
| 11 | Abruzzo | 14.336 |
| 12 | Valle d'Aosta | 13.903 |
| 13 | Trentino-Alto Adige | 13.142 |
| 14 | Campania | 10.685 |
| 15 | Sicilia | 10.194 |
| 16 | Puglia | 9.782 |
| 17 | Sardegna | 8.711 |
| 18 | Molise | 7.386 |
| 19 | Calabria | 4.787 |
| 20 | Basilicata | 4.181 |
| | Italia | 17.911 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

**Tab.A7 POPOLAZIONE SUPERIORE A SEI ANNI CHE HA LETTO
ALMENO UN LIBRO NEGLI ULTIMI 12 MESI, PER REGIONE**

VALORI %

| POSIZIONE | REGIONE | POPOLAZIONE |
|-----------|-----------------------|-------------|
| 1 | Lombardia | 52,0 |
| 2 | Friuli-Venezia Giulia | 51,8 |
| 3 | Trentino-Alto Adige | 51,6 |
| 4 | Valle d'Aosta | 50,7 |
| 5 | Liguria | 49,3 |
| 6 | Veneto | 47,8 |
| 7 | Toscana | 47,0 |
| 8 | Emilia-Romagna | 46,5 |
| 9 | <i>Piemonte</i> | 46,2 |
| 10 | Lazio | 45,3 |
| 11 | Sardegna | 42,1 |
| 12 | Umbria | 37,8 |
| 13 | Abruzzo | 36,3 |
| 14 | Marche | 35,8 |
| 15 | Puglia | 32,3 |
| 16 | Molise | 32,2 |
| 17 | Basilicata | 31,9 |
| 18 | Calabria | 30,5 |
| 19 | Campania | 30,3 |
| 20 | Sicilia | 28,5 |
| | Italia | 41,9 |

Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT, *Cultura, socialità, tempo libero. Indagine Multiscopo, 1998*

**Tab.A8 POPOLAZIONE SUPERIORE A SEI ANNI CHE HA VISITATO ALMENO UNA MOSTRA O UN
MUSEO NEGLI ULTIMI 12 MESI, PER REGIONE**

VALORI %

| POSIZIONE | REGIONE | POPOLAZIONE |
|-----------|-----------------------|-------------|
| 1 | Trentino-Alto Adige | 39,6 |
| 2 | Friuli-Venezia Giulia | 35,7 |
| 3 | Veneto | 35,3 |
| 4 | Lombardia | 34,6 |
| 5 | Toscana | 30,8 |
| 6 | Emilia-Romagna | 30,3 |
| 7 | Valle d'Aosta | 29,8 |
| 8 | <i>Piemonte</i> | 28,8 |
| 9 | Liguria | 28,4 |
| 10 | Lazio | 27,7 |
| 11 | Sardegna | 25,8 |
| 12 | Umbria | 25,1 |
| 13 | Marche | 23,2 |
| 14 | Abruzzo | 21,4 |
| 15 | Campania | 21,0 |
| 16 | Molise | 18,4 |
| 17 | Basilicata | 16,0 |
| 18 | Puglia | 15,7 |
| 19 | Sicilia | 15,6 |
| 20 | Calabria | 15,5 |
| | Italia | 26,7 |

Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT, *Cultura, socialità, tempo libero. Indagine Multiscopo, 1998*

Consumi culturali nelle province relative alle aree metropolitane

Tab.A9 POPOLAZIONE DELLE PROVINCE RELATIVE ALLE AREE METROPOLITANE

| POSIZIONE | AREE METROPOLITANE (DATI PROVINCIALI) | POPOLAZIONE |
|-----------|--|-------------|
| 1 | Roma | 3.809.829 |
| 2 | Milano | 3.752.956 |
| 3 | Napoli | 3.110.970 |
| 4 | <i>Torino</i> | 2.216.582 |
| 5 | Bari | 1.571.233 |
| 6 | Palermo | 1.242.055 |
| 7 | Catania | 1.097.371 |
| 8 | Firenze | 951.326 |
| 9 | Genova | 913.218 |
| 10 | Bologna | 913.119 |
| 11 | Venezia | 815.009 |
| 12 | Cagliari | 767.169 |
| | Totale | 21.160.837 |

Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT, 1999

**Tab.A10 DIFFUSIONE DEI QUOTIDIANI PER ABITANTE
NELLE PROVINCE RELATIVE ALLE AREE METROPOLITANE**

| VALORI % | | |
|-----------|--|-------------|
| POSIZIONE | AREE METROPOLITANE (DATI PROVINCIALI) | POPOLAZIONE |
| 1 | Genova | 70,0 |
| 2 | Roma | 61,0 |
| 3 | Firenze | 53,8 |
| 4 | Milano | 52,9 |
| 5 | Bologna | 52,0 |
| 6 | Venezia | 49,2 |
| 7 | Cagliari | 44,4 |
| 8 | <i>Torino</i> | 41,6 |
| 9 | Palermo | 23,6 |
| 10 | Bari | 20,3 |
| 11 | Napoli | 20,1 |
| 12 | Catania | 19,3 |
| | Totale | 37,9 |

Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT, *Statistiche culturali*, 1997

**Tab.A11 DIFFUSIONE DEI SETTIMANALI PER ABITANTE
NELLE PROVINCE RELATIVE ALLE AREE METROPOLITANE**

VALORI %

| POSIZIONE | AREE METROPOLITANE (DATI PROVINCIALI) | POPOLAZIONE |
|-----------|--|-------------|
| 1 | Genova | 24,1 |
| 2 | Bologna | 23,2 |
| 3 | Venezia | 19,4 |
| 4 | Milano | 18,0 |
| 5 | Firenze | 17,7 |
| 6 | <i>Torino</i> | 17,5 |
| 7 | Roma | 14,4 |
| 8 | Cagliari | 14,3 |
| 9 | Palermo | 10,5 |
| 10 | Catania | 7,8 |
| 11 | Bari | 7,6 |
| 12 | Napoli | 5,9 |
| | Totale | 14,1 |

Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT, *Statistiche culturali*, 1997

**Tab.A12 TUTTI GLI SPETTACOLI. SPESA PER ABITANTE
NELLE PROVINCE RELATIVE ALLE AREE METROPOLITANE**

VALORI IN LIRE

| POSIZIONE | AREE METROPOLITANE (DATI PROVINCIALI) | SPESA |
|-----------|--|---------|
| 1 | Bologna | 281.560 |
| 2 | Firenze | 236.884 |
| 3 | Milano | 204.782 |
| 4 | Venezia | 187.937 |
| 5 | Roma | 175.405 |
| 6 | Genova | 168.780 |
| 7 | <i>Torino</i> | 161.606 |
| 8 | Cagliari | 122.938 |
| 9 | Bari | 96.825 |
| 10 | Palermo | 80.175 |
| 11 | Catania | 77.040 |
| 12 | Napoli | 75.019 |
| | Totale | 141.060 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

**Tab.A13 ATTIVITÀ TEATRALI E MUSICALI. SPESA PER ABITANTE
NELLE PROVINCE RELATIVE ALLE AREE METROPOLITANE**

| VALORI IN LIRE | | |
|----------------|--|--------|
| POSIZIONE | AREE METROPOLITANE (DATI PROVINCIALI) | SPESA |
| 1 | Milano | 33.381 |
| 2 | Bologna | 31.839 |
| 3 | Firenze | 31.630 |
| 4 | Roma | 27.710 |
| 5 | Genova | 25.546 |
| 6 | Torino | 18.289 |
| 7 | Venezia | 14.450 |
| 8 | Catania | 11.568 |
| 9 | Napoli | 11.324 |
| 10 | Palermo | 10.106 |
| 11 | Bari | 6.552 |
| 12 | Cagliari | 9.924 |
| | Totale | 13.518 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.A14 PROSA. SPESA PER ABITANTE NELLE PROVINCE RELATIVE ALLE AREE METROPOLITANE

| VALORI IN LIRE | | |
|----------------|--|-------|
| POSIZIONE | AREE METROPOLITANE (DATI PROVINCIALI) | SPESA |
| 1 | Bologna | 8.004 |
| 2 | Genova | 7.722 |
| 3 | Firenze | 7.617 |
| 4 | Milano | 7.466 |
| 5 | Roma | 7.335 |
| 6 | Catania | 4.506 |
| 7 | Venezia | 4.346 |
| 8 | Torino | 4.113 |
| 9 | Napoli | 3.818 |
| 10 | Palermo | 3.557 |
| 11 | Bari | 1.821 |
| 12 | Cagliari | 1.631 |
| | Totale | 3.764 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.A15 MUSICA CLASSICA. SPESA PER ABITANTE NELLE PROVINCE RELATIVE ALLE AREE METROPOLITANE

| VALORI IN LIRE | | |
|----------------|--|-------|
| POSIZIONE | AREE METROPOLITANE (DATI PROVINCIALI) | SPESA |
| 1 | Venezia | 5.512 |
| 2 | Firenze | 4.852 |
| 3 | Milano | 3.561 |
| 4 | Roma | 3.453 |
| 5 | Cagliari | 2.681 |
| 6 | Bologna | 2.522 |
| 7 | <i>Torino</i> | 2.479 |
| 8 | Genova | 1.871 |
| 9 | Palermo | 1.162 |
| 10 | Napoli | 1.023 |
| 11 | Catania | 687 |
| 12 | Bari | 607 |
| | Totale | 1.477 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.A16 MUSICA LEGGERA. SPESA PER ABITANTE NELLE PROVINCE RELATIVE ALLE AREE METROPOLITANE

| VALORI IN LIRE | | |
|----------------|--|--------|
| POSIZIONE | AREE METROPOLITANE (DATI PROVINCIALI) | SPESA |
| 1 | Bologna | 13.499 |
| 2 | Firenze | 10.147 |
| 3 | Roma | 6.887 |
| 4 | Milano | 8.258 |
| 5 | Genova | 7.420 |
| 6 | <i>Torino</i> | 5.106 |
| 7 | Venezia | 1.572 |
| 8 | Palermo | 1.903 |
| 9 | Bari | 2.792 |
| 10 | Napoli | 1.381 |
| 11 | Catania | 2.227 |
| 12 | Cagliari | 2.716 |
| | Totale | 3.499 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.A17 LIRICA. SPESA PER ABITANTE NELLE PROVINCE RELATIVE ALLE AREE METROPOLITANE

| VALORI IN LIRE | | |
|----------------|--|-------|
| POSIZIONE | AREE METROPOLITANE (DATI PROVINCIALI) | SPESA |
| 1 | Milano | 5.956 |
| 2 | Firenze | 5.021 |
| 3 | Bologna | 4.933 |
| 4 | Genova | 3.694 |
| 5 | <i>Torino</i> | 3.360 |
| 6 | Palermo | 2.105 |
| 7 | Roma | 1.773 |
| 8 | Cagliari | 1.588 |
| 9 | Catania | 1.455 |
| 10 | Napoli | 1.454 |
| 11 | Venezia | 1.170 |
| 12 | Bari | 202 |
| | Totale | 2.127 |

Fonte: elaborazione OCP su dati STAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.A18 CINEMA. SPESA PER ABITANTE NELLE PROVINCE RELATIVE ALLE AREE METROPOLITANE

| VALORI IN LIRE | | |
|----------------|--|--------|
| POSIZIONE | AREE METROPOLITANE (DATI PROVINCIALI) | SPESA |
| 1 | Bologna | 39.195 |
| 2 | Firenze | 38.016 |
| 3 | Roma | 35.555 |
| 4 | Milano | 29.749 |
| 5 | Genova | 26.075 |
| 6 | <i>Torino</i> | 21.584 |
| 7 | Venezia | 18.840 |
| 8 | Palermo | 15.901 |
| 9 | Bari | 13.808 |
| 10 | Napoli | 13.166 |
| 11 | Catania | 12.564 |
| 12 | Cagliari | 11.058 |
| | Totale | 17.911 |

Fonte: elaborazione OCP su dati STAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Consumi culturali nelle città metropolitane: spesa per abitante

Tab.A19 POPOLAZIONE DELLE CITTÀ METROPOLITANE

| POSIZIONE | CITTÀ | POPOLAZIONE |
|-----------|---------------|-------------|
| 1 | Roma | 2.646.408 |
| 2 | Milano | 1.307.785 |
| 3 | Napoli | 1.020.120 |
| 4 | <i>Torino</i> | 909.717 |
| 5 | Palermo | 686.551 |
| 6 | Genova | 641.437 |
| 7 | Bologna | 382.006 |
| 8 | Firenze | 376.760 |
| 9 | Catania | 339.271 |
| 10 | Bari | 331.568 |
| 11 | Venezia | 291.531 |
| 12 | Cagliari | 167.490 |
| | Italia | 57.612.615 |

Fonte: elaborazione OCP su dati ISTAT, 1999

Tab.A20 TUTTI GLI SPETTACOLI. SPESA PER ABITANTE NELLE CITTÀ METROPOLITANE

VALORI IN LIRE

| POSIZIONE | CITTÀ | SPESA |
|-----------|---------------|---------|
| 1 | Firenze | 389.887 |
| 2 | Bologna | 360.384 |
| 3 | Milano | 325.434 |
| 4 | Venezia | 256.732 |
| 5 | <i>Torino</i> | 225.794 |
| 6 | Cagliari | 215.893 |
| 7 | Roma | 208.273 |
| 8 | Genova | 180.159 |
| 9 | Bari | 144.727 |
| 10 | Napoli | 122.512 |
| 11 | Catania | 120.971 |
| 12 | Palermo | 93.397 |
| | Italia | 141.060 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.A21 ATTIVITÀ TEATRALI E MUSICALI. SPESA PER ABITANTE NELLE CITTÀ METROPOLITANE

| VALORI IN LIRE | | |
|----------------|----------|--------|
| POSIZIONE | CITTÀ | SPESA |
| 1 | Milano | 75.198 |
| 2 | Firenze | 73.623 |
| 3 | Bologna | 51.662 |
| 4 | Torino | 40.018 |
| 5 | Roma | 38.876 |
| 6 | Cagliari | 38.322 |
| 7 | Genova | 35.011 |
| 8 | Venezia | 33.541 |
| 9 | Napoli | 30.308 |
| 10 | Catania | 29.216 |
| 11 | Bari | 22.266 |
| 12 | Palermo | 17.985 |
| | Italia | 13.518 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.A22 PROSA. SPESA PER ABITANTE NELLE CITTÀ METROPOLITANE

| VALORI IN LIRE | | |
|----------------|----------|--------|
| POSIZIONE | CITTÀ | SPESA |
| 1 | Milano | 17.855 |
| 2 | Firenze | 16.028 |
| 3 | Bologna | 14.098 |
| 4 | Catania | 12.483 |
| 5 | Genova | 10.744 |
| 6 | Napoli | 10.313 |
| 7 | Roma | 10.045 |
| 8 | Venezia | 8.521 |
| 9 | Torino | 8.331 |
| 10 | Palermo | 6.272 |
| 11 | Bari | 5.434 |
| 12 | Cagliari | 5.206 |
| | Italia | 3.764 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.A23 MUSICA CLASSICA. SPESA PER ABITANTE NELLE CITTÀ METROPOLITANE

VALORI IN LIRE

| POSIZIONE | CITTÀ | SPESA |
|-----------|---------------|--------|
| 1 | Venezia | 15.132 |
| 2 | Firenze | 11.645 |
| 3 | Cagliari | 11.432 |
| 4 | Milano | 9.981 |
| 5 | <i>Torino</i> | 5.649 |
| 6 | Bologna | 5.562 |
| 7 | Roma | 4.859 |
| 8 | Napoli | 2.907 |
| 9 | Genova | 2.394 |
| 10 | Palermo | 2.015 |
| 11 | Bari | 1.746 |
| 12 | Catania | 1.522 |
| | Italia | 1.477 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.A24 MUSICA LEGGERA. SPESA PER ABITANTE NELLE CITTÀ METROPOLITANE

VALORI IN LIRE

| POSIZIONE | CITTÀ | SPESA |
|-----------|---------------|--------|
| 1 | Firenze | 24.388 |
| 2 | Bologna | 14.793 |
| 3 | <i>Torino</i> | 10.702 |
| 4 | Bari | 10.652 |
| 5 | Genova | 10.014 |
| 6 | Roma | 9.704 |
| 7 | Cagliari | 9.258 |
| 8 | Milano | 8.896 |
| 9 | Catania | 3.507 |
| 10 | Palermo | 3.423 |
| 11 | Napoli | 3.227 |
| 12 | Venezia | 2.407 |
| | Italia | 3.499 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.A25 LIRICA. SPESA PER ABITANTE NELLE CITTÀ METROPOLITANE

| VALORI IN LIRE | | |
|----------------|----------|--------|
| POSIZIONE | CITTÀ | SPESA |
| 1 | Milano | 16.988 |
| 2 | Firenze | 12.619 |
| 3 | Bologna | 11.793 |
| 4 | Torino | 8.151 |
| 5 | Cagliari | 7.273 |
| 6 | Genova | 5.259 |
| 7 | Catania | 4.708 |
| 8 | Napoli | 4.425 |
| 9 | Palermo | 3.807 |
| 10 | Venezia | 3.167 |
| 11 | Roma | 2.547 |
| 12 | Bari | 672 |
| | Italia | 2.127 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.A26 CINEMA. SPESA PER ABITANTE NELLE CITTÀ METROPOLITANE

| VALORI IN LIRE | | |
|----------------|----------|--------|
| POSIZIONE | CITTÀ | SPESA |
| 1 | Firenze | 71.359 |
| 2 | Bologna | 68.129 |
| 3 | Milano | 55.974 |
| 4 | Roma | 45.525 |
| 5 | Torino | 39.895 |
| 6 | Cagliari | 36.854 |
| 7 | Venezia | 36.024 |
| 8 | Genova | 31.668 |
| 9 | Catania | 28.645 |
| 10 | Napoli | 27.272 |
| 11 | Palermo | 25.021 |
| 12 | Bari | 22.012 |
| | Italia | 17.911 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Consumi culturali nelle città metropolitane: spesa complessiva

Tab.A27 TUTTI GLI SPETTACOLI. SPESA COMPLESSIVA NELLE CITTÀ METROPOLITANE

VALORI IN MIGLIAIA DI LIRE

| POSIZIONE | CITTÀ | SPESA |
|-----------|---------------|---------------|
| 1 | Roma | 551.176.292 |
| 2 | Milano | 425.598.008 |
| 3 | <i>Torino</i> | 205.408.547 |
| 4 | Firenze | 146.893.935 |
| 5 | Bologna | 137.668.717 |
| 6 | Napoli | 124.977.046 |
| 7 | Genova | 115.560.414 |
| 8 | Venezia | 74.845.337 |
| 9 | Palermo | 64.122.025 |
| 10 | Bari | 47.986.814 |
| 11 | Catania | 41.041.833 |
| 12 | Cagliari | 36.159.994 |
| | Totale | 1.971.438.962 |
| | Italia | 8.126.878.622 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.A28 ATTIVITÀ TEATRALI E MUSICALI. SPESA COMPLESSIVA NELLE CITTÀ METROPOLITANE

VALORI IN MIGLIAIA DI LIRE

| POSIZIONE | CITTÀ | SPESA |
|-----------|---------------|-------------|
| 1 | Roma | 102.880.665 |
| 2 | Milano | 98.343.449 |
| 3 | <i>Torino</i> | 36.405.017 |
| 4 | Napoli | 30.917.615 |
| 5 | Firenze | 27.738.024 |
| 6 | Genova | 22.457.481 |
| 7 | Bologna | 19.735.253 |
| 8 | Palermo | 12.347.521 |
| 9 | Catania | 9.912.068 |
| 10 | Venezia | 9.778.331 |
| 11 | Bari | 7.382.714 |
| 12 | Cagliari | 6.418.602 |
| | Totale | 384.316.740 |
| | Italia | 778.835.700 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.A29 PROSA. SPESA COMPLESSIVA NELLE CITTÀ METROPOLITANE

| VALORI IN MIGLIAIA DI LIRE | | |
|----------------------------|---------------|-------------|
| POSIZIONE | CITTÀ | SPESA |
| 1 | Roma | 26.581.812 |
| 2 | Milano | 23.350.900 |
| 3 | Napoli | 10.520.463 |
| 4 | <i>Torino</i> | 7.578.768 |
| 5 | Genova | 6.891.686 |
| 6 | Firenze | 6.038.699 |
| 7 | Bologna | 5.385.714 |
| 8 | Palermo | 4.306.342 |
| 9 | Catania | 4.234.950 |
| 10 | Venezia | 2.484.027 |
| 11 | Bari | 1.801.631 |
| 12 | Cagliari | 872.014 |
| | Totale | 100.047.006 |
| | Italia | 216.887.255 |

Fonte: elaborazione OCP su dati STAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.A30 MUSICA CLASSICA. SPESA COMPLESSIVA NELLE CITTÀ METROPOLITANE

| VALORI IN MIGLIAIA DI LIRE | | |
|----------------------------|---------------|------------|
| POSIZIONE | CITTÀ | SPESA |
| 1 | Milano | 13.053.526 |
| 2 | Roma | 12.857.651 |
| 3 | <i>Torino</i> | 5.139.090 |
| 4 | Venezia | 4.411.406 |
| 5 | Firenze | 4.387.158 |
| 6 | Napoli | 2.965.707 |
| 7 | Bologna | 2.124.601 |
| 8 | Cagliari | 1.914.778 |
| 9 | Genova | 1.535.660 |
| 10 | Palermo | 1.383.264 |
| 11 | Bari | 578.938 |
| 12 | Catania | 516.423 |
| | Totale | 50.868.202 |
| | Italia | 85.069.327 |

Fonte: elaborazione OCP su dati STAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.A31 MUSICA LEGGERA. SPESA COMPLESSIVA NELLE CITTÀ METROPOLITANE

VALORI IN MIGLIAIA DI LIRE

| POSIZIONE | CITTÀ | SPESA |
|-----------|---------------|-------------|
| 1 | Roma | 25.681.742 |
| 2 | Milano | 11.633.988 |
| 3 | <i>Torino</i> | 9.735.375 |
| 4 | Firenze | 9.188.397 |
| 5 | Genova | 6.423.471 |
| 6 | Bologna | 5.650.980 |
| 7 | Bari | 3.531.998 |
| 8 | Napoli | 3.291.967 |
| 9 | Palermo | 2.350.177 |
| 10 | Cagliari | 1.550.592 |
| 11 | Catania | 1.189.698 |
| 12 | Venezia | 701.837 |
| | Totale | 80.930.222 |
| | Italia | 201.599.391 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.A32 LIRICA. SPESA COMPLESSIVA NELLE CITTÀ METROPOLITANE

VALORI IN MIGLIAIA DI LIRE

| POSIZIONE | CITTÀ | SPESA |
|-----------|---------------|-------------|
| 1 | Milano | 22.216.867 |
| 2 | <i>Torino</i> | 7.414.700 |
| 3 | Roma | 6.740.999 |
| 4 | Firenze | 4.754.191 |
| 5 | Napoli | 4.513.986 |
| 6 | Bologna | 4.504.858 |
| 7 | Genova | 3.373.352 |
| 8 | Palermo | 2.613.962 |
| 9 | Catania | 1.597.135 |
| 10 | Cagliari | 1.218.191 |
| 11 | Venezia | 923.390 |
| 12 | Bari | 222.967 |
| | Totale | 60.094.598 |
| | Italia | 122.522.045 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

Tab.A33 CINEMA. SPESA COMPLESSIVA NELLE CITTÀ METROPOLITANE

| VALORI IN MIGLIAIA DI LIRE | | |
|----------------------------|---------------|---------------|
| POSIZIONE | CITTÀ | SPESA |
| 1 | Roma | 120.477.215 |
| 2 | Milano | 73.202.433 |
| 3 | <i>Torino</i> | 36.292.998 |
| 4 | Napoli | 27.820.488 |
| 5 | Firenze | 26.885.377 |
| 6 | Bologna | 26.025.539 |
| 7 | Genova | 20.313.024 |
| 8 | Palermo | 17.178.287 |
| 9 | Venezia | 10.502.034 |
| 10 | Catania | 9.718.531 |
| 11 | Bari | 7.298.472 |
| 12 | Cagliari | 6.172.675 |
| | Totale | 381.887.073 |
| | Italia | 1.031.893.593 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, *Il Quaderno dello Spettacolo in Italia. Statistiche 1999*

BIBLIOGRAFIA¹

Fonti statistiche

- ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Annuario statistico italiano 2000*. Roma: Istat, 2000.
- 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 RICERCHE ECONOMICO-SOCIALI DEL PIEMONTE, *Piemonte economico sociale 1999*. Torino: IRES Piemonte, 2000.
- UNIONE CAMERE COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO AGRICOLTURA DEL PIEMONTE, *Piemonte in cifre 2000*. Torino: Unioncamere Piemonte, 2000.
- REGIONE PIEMONTE - OSSERVATORIO SUL MERCATO DEL LAVORO, *Il mercato del lavoro in Piemonte nel 1999*. Torino: Regione Piemonte, 2000.
- ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Cultura, socialità e tempo libero. Indagine multiscopo sulle famiglie "Aspetti della vita quotidiana". Anno 1998*. Roma: ISTAT, 2000.
- ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Statistiche culturali. Anno 1997*. Roma: ISTAT, 1999.
- MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI - UFFICIO DI STATISTICA, *Statistiche culturali. Anno 1998*. Roma: Ministero per i Beni e le Attività Culturali, 2000.
- MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI - DIPARTIMENTO DELLO SPETTACOLO - OSSERVATORIO DELLO SPETTACOLO, *Relazione sulla utilizzazione del Fondo Unico dello Spettacolo 1999*. Roma: Ministero per i Beni e le Attività Culturali, 2000.
- SOCIETÀ ITALIANA AUTORI EDITORI, *Il quaderno dello spettacolo in Italia. Statistiche 1999*. Roma: SIAE, 2000.
- OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE, *Relazione annuale 1999*. Torino: IRES Piemonte, 2000.
- MEDIA SALLES, *Annuario statistico del cinema europeo 2000*. Milano: Media Salles, 2000.
- ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Gli italiani e il cinema. Anno 1999*. Roma: ISTAT, 2000. (<http://www.istat.it/Anotizie/Aaltrein/statinbrev/cinema/index.html>)
- ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Il mercato degli audiovisivi in Italia. Un'analisi strutturale per il periodo 1980-96*. Roma: ISTAT, 1999.

¹ Le sezioni "Fonti statistiche" e "Siti Internet" sono ordinate partendo dalle categorie più generali fino a giungere ad argomenti specifici, mentre la sezione "Rapporti, studi e guide" segue l'ordinamento alfabetico per autore e titolo.

- ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Le organizzazioni di volontariato in Italia. Strutture, risorse ed attività*. Roma: ISTAT, 1999.
- PRESIDENZA DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI - DIPARTIMENTO PER GLI AFFARI SOCIALI, *I giovani e il volontariato*, documento presentato al Convegno "2001, il volontariato nel terzo millennio". Torino: 23-25 febbraio 2001.
- INSTITUT DE CULTURA DA BARCELONA, *Memòria 1999*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona - Institut de Cultura, 2000.
- MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION - DÉPARTEMENT DES ETUDES ET DE LA PROSPECTIVE, *Les pratiques culturelles des Français*. Paris: La documentation française, 1998, a cura di Olivier Donnat.
- MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION-DÉPARTEMENT DES ETUDES ET DE LA PROSPECTIVE, *Chiffres clés 1999. Statistiques de la culture*. Paris: La documentation française, 2000, a cura di Janine Cardona e Chantal Lacroix.
- Indicateurs statistiques de l'audiovisuel. Cinéma, télévision, vidéo. Édition 1998*. Paris: La documentation française, 1999.

Rapporti, studi e guide

- ASSOCIAZIONE FRA LE CASSE DI RISPARMIO ITALIANE, *Quinto rapporto sulle fondazioni bancarie*. Roma: ACRI, 2000.
- ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI, *Catalogo degli editori italiani 2001*. Milano: Editrice Bibliografica, 2000.
- ASSOCIAZIONE NAZIONALE DELL'EDITORIA ELETTRONICA, *L'economia digitale in Italia 1999-2000*. Milano: Guerini studio, 2000.
- L'audiovisivo del 2000 e le professionalità emergenti. Indagine sul fabbisogno di formazione delle imprese del settore*. Milano: Franco Angeli, 1999.
- BASSIGNANA P. L., GRISERI A. (a cura di), *Tra restauro e recupero. La Consulta dal 1987 a oggi*. Torino: Consulta per la valorizzazione dei beni artistici e culturali - UTET, 2000.
- CITTÀ DI TORINO, REGIONE PIEMONTE, *Musica in Piemonte 2001*. Torino: Sonda, 2000.
- COMPAGNIA DI SAN PAOLO, *Rapporto 1999*. Torino: Compagnia di San Paolo, 2000.
- DAVICO L., DEBERNARDI L., *Lavori in corso 2000. Primo rapporto annuale su Torino*. Torino: L'Eau Vive - Comitato Giorgio Rota, 2000.
- DELMESTRI G., MONTANARI F., SALVEMINI S., *Multiplex contra multiplex? Densità e mortalità nell'apertura di sale cinematografiche in Lombardia*. Milano: AGIS Lombarda, 2000.
(http://www.lombardiaspettacolo.com/documentazione/boccon_c.htm)
- FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO DI TORINO, *Bilancio 1998-1999*. Torino: Fondazione CRT, 2000.
- FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO DI TORINO, *Bilancio 1999-2000*. Torino: Fondazione CRT, 2001.
- GRUPPO RICERCA DEL COLLEGAMENTO NAZIONALE DEI CENTRI DI SERVIZIO PER IL VOLONTARIATO, CESIAV (a cura di), *I centri di servizio per il volontariato in Italia. Rapporto 2000. Sintesi*. Milano: Collegamento nazionale dei Centri di servizio per il volontariato, 2001.
- Guida ragionata delle associazioni di volontariato e delle cooperative sociali in Piemonte*. Torino: Edizioni Radionotizie, 2000.

- LONGO B., *La nuova editoria*. Milano: Editrice Bibliografica, 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.
- Musei in Piemonte. Vol. I: Torino*. Milano: Touring, 1996.
- PERESSON G., *Le cifre dell'editoria 2000*. Milano: Guerini e Associati, 2000.
- PERESSON G., *Il mercato librario italiano. Rapporto 2000*. Milano: AIE, 2000. (<<http://www.aie.it/Allegati/Mercato/II%20mercato%20librario%20italiano%20-%20Rapporto%202000.pdf>>)
- PRESIDENZA DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI - DIPARTIMENTO PER GLI AFFARI SOCIALI, *Rapporto biennale sul volontariato in Italia 2000*. Roma: Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, 2001.
- NOMISMA, *Primo Rapporto Nomisma sull'applicazione della Legge Ronchey*, 2000. (<<http://www.museo-scienza.org/musei-it/nomisma/PrimoRapportoLeggeRonchey.htm>>)
- PROVINCIA DI TORINO, *Città d'arte a porte aperte 2000*. Torino: Proget, 2000.
- PUCCI E. (a cura di), *Un distretto audiovisivo a Milano*. Milano: Associazione Interessi Metropolitan, 1999.
- REGIONE PIEMONTE, *I castelli piemontesi sono aperti. Viaggio nelle terre del Basso Piemonte*. Torino: Regione Piemonte, 2000.
- REGIONE PIEMONTE - PROVINCIA DI TORINO - CITTÀ DI TORINO, *Torino Musei*. Torino: Regione Piemonte - Provincia di Torino - Città di Torino, 2000.
- Le regioni per il cinema. Le politiche regionali a sostegno della produzione cinematografica e audiovisiva*, Atti del convegno, Sestriere (Torino), 8-9 luglio 1999. Torino: Antenna Media, 1999.
- Teatro ragazzi e giovani Piemonte. Stagione 1998/1999*. Torino: Giunta regionale del Piemonte, 1998, supplemento a "Quaderni della Regione Piemonte", n. 8, 1998.
- Teatro ragazzi e giovani Piemonte. Stagione 1999/2000*. Torino: Giunta regionale del Piemonte, 1999, supplemento a "Quaderni della Regione Piemonte", n. 29, 1999.
- Teatro ragazzi e giovani Piemonte. Stagione 2000/2001*. Torino: Giunta regionale del Piemonte, 2000, supplemento a "Quaderni della Regione Piemonte - Montagna", n. 1, 2000.
- Theatralia 2000. Guida al teatro italiano*. Roma: Advertising Editing & Promotion, 2000.
- VIGINI G., *Rapporto sull'editoria italiana*. Milano: Editrice Bibliografica, 1999.

Siti Internet

- MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI: <<http://www.beniculturali.it>>
 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>>
ASSOCIAZIONE DIMORE STORICHE ITALIANE: <<http://www.uehha.org/it/news3it.htm>>
ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI: <<http://www.aie.it>>
ASSOCIAZIONE DEI SERVIZI E DEI CONTENUTI MULTIMEDIALI: <<http://www.anee.it>>
ASSOCIAZIONE FERT: <<http://www.arpnet.it/fert>>
ANTENNA MEDIA: <<http://www.antennamedia.to.it>>
AEDON - RIVISTA DI ARTI E DIRITTO ON LINE: <<http://www.aedon.mulino.it>>
CENTRO NAZIONALE PER IL VOLONTARIATO: <<http://cnv.cpr.it>>
EXIBART: <<http://www.exibart.com>>
FAI - FONDO PER L'AMBIENTE ITALIANO: <<http://www.fondoambiente.it>>
FONDAZIONE ITALIANA PER IL VOLONTARIATO: <<http://www.fivol.it>>
IL SOLE 24 ORE ON LINE - CULTURA & ECONOMIA: <<http://sole.ilsole24ore.com/cultura>>
KWART - RIVISTA ON LINE DI ARTE E CULTURA: <<http://www.kwart.kataweb.it/kwart>>