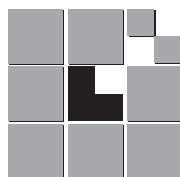


OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE ©

2001

RELAZIONE ANNUALE



OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE

L'IRES Piemonte è un istituto di ricerca che svolge la sua attività d'indagine in campo socio-economico e territoriale, fornendo un supporto all'azione di programmazione della Regione Piemonte e delle altre istituzioni ed enti locali piemontesi. Costituito nel 1958 su iniziativa della Provincia e del Comune di Torino con la partecipazione di altri enti pubblici e privati, l'IRES ha visto successivamente l'adesione di tutte le Province piemontesi; dal 1991 l'Istituto è un ente strumentale della Regione Piemonte. L'IRES è un ente pubblico regionale dotato di autonomia funzionale disciplinato dalla legge regionale n. 43 del 3 settembre 1991.

Costituiscono oggetto dell'attività dell'Istituto:

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

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

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

COMITATO SCIENTIFICO

Mario Montinaro, *Presidente*
Valter Boero, Sergio Conti, Angelo Pichierrì,
Walter Santagata, Silvano Scannerini, Gianpaolo Zanetta

COLLEGIO DEI REVISORI

Giorgio Cavalitto, *Presidente*
Giancarlo Cordaro e Paola Gobetti, *Membri effettivi*
Mario Marino e Ugo Mosca, *Membri supplenti*

DIRETTORE

Marcello La Rosa

STAFF

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

© 2002 Ires - Istituto di Ricerche Economico - Sociali del Piemonte
via Nizza 18 - 10125 Torino
Tel. 011.66.66.411 - Fax 011.66.96.012

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

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

OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE
Soci sottoscrittori del Protocollo d'Intesa

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

Soci aderenti

Provincia di Cuneo

Sede Istituzionale: IRES - via Nizza 18, 10125 Torino

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

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

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

Direttore scientifico dell'Osservatorio Culturale del Piemonte

Luca Dal Pozzolo

RELAZIONE ANNUALE 2001

Redazione a cura di Fondazione Fitzcarraldo

Stefania Coni, Luca Dal Pozzolo, Cristina Favaro, Michela Garbarini, Alessandra Gariboldi, Alessia Rossi

e

IRES Piemonte

Carlo Alberto Dondona

Elaborazioni cartografiche

Sergio Bongiovanni

UFFICIO EDITORIA DELL'IRES

Maria Teresa Avato, Laura Carovigno

Editing

Mario Bianco, Eva Capirossi, Raffaella Roddolo

Impaginazione

Edit 3000 srl

Si ringrazia 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

AGIS, AIE - Associazione Italiana Editori, Associazione Torino Città Capitale Europea

Compagnia di San Paolo

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

Cooperativa Marca, Fondazione Film Commission Torino Piemonte

Fondazioni delle Casse di Risparmio

di Alessandria, Asti, Biella, Bra, Cuneo, Fossano, Saluzzo, Savigliano, Torino, Tortona, Vercelli

ISTAT

Soprintendenza Archivistica per il Piemonte e la Valle d'Aosta, Soprintendenza per i Beni Archeologici

Soprintendenza per i Beni Architettonici e il Paesaggio

Soprintendenza per il Patrimonio Storico, Artistico e Demoantropologico

Soprintendenza Speciale al Museo delle Antichità Egizie

Si ringraziano inoltre: Gianfranco Balbo, Elisabetta Ballaira, Amanzio Borio, Riccardo Botrini, Maurizio Callari, Renato Cogno, Luca Davico, Donatella Diotti, Dario Disegni, Daniela Formento, Giorgio Fossati, Paola Ganio Vecchiolino, Erica Gay, Daniele Jalla, Marcello La Rosa, Maura Leddi, Rita Marchiori, Gianluca Matteucci, Cristina Mecchia, Roberto Morano, Giuseppina Negro, Giovanni Peresson, Patrizia Perrone, Patrizia Picchi, Patrizia Piovano, Michela Pollone, Maria Luisa Re Fiorentin, Felice Romano, Franco Rossigno, Mario Santoro, Alessandra Santise, Vincenzo Simone, Elisabetta Spina, Alberto Vanelli, Carlo Viano

| | |
|--|-----|
| <i>Presentazione</i> | VII |
| <i>Introduzione</i> | IX |
| <i>Capitolo 1</i> | |
| I consumi culturali | 1 |
| 1.1 Musei e beni culturali | 3 |
| 1.2 Abbonamento Musei, Carta Musei e Carta Musei Torino-Piemonte 2001 | 27 |
| 1.3 Mostre | 30 |
| 1.4 Saloni | 40 |
| 1.5 Spettacolo dal vivo | 41 |
| 1.6 Cinema | 54 |
| <i>Capitolo 2</i> | |
| Gli aspetti economici e occupazionali | 69 |
| 2.1 Le risorse per la cultura | 71 |
| 2.2 Le risorse pubbliche per la cultura | 73 |
| 2.3 Gli interventi dei privati | 77 |
| 2.4 L'occupazione culturale in Piemonte | 80 |
| <i>Capitolo 3</i> | |
| La produzione culturale | 83 |
| 3.1 La produzione culturale e le sue filiere | 85 |
| 3.2 Editoria libraria e di prodotti multimediali | 86 |
| 3.3 Produzione audiovisiva | 93 |
| 3.4 New Media | 98 |
| 3.5 Lo spettacolo dal vivo | 103 |
| 3.6 Altre attività culturali | 111 |
| 3.7 Biblioteche | 113 |
| <i>Osservazioni conclusive</i> | 115 |
| <i>Bibliografia</i> | 119 |

Redazione a cura di: Stefania Coni (1.1, 1.3, 1.4, 2.1, 2.3, 2.4, 3.1, 3.6); Carlo Alberto Dondona (2.2, 3.4); Cristina Favaro (1.5, 1.6, 3.3, 3.5); Michela Garbarini (1.6); Alessandra Gariboldi (3.2); Alessia Rossi (1.2, confronti con altre realtà italiane ed estere).

Con la tradizionale presentazione della Relazione annuale si chiude il quarto anno di attività dell'Osservatorio Culturale del Piemonte. Sebbene alcuni aspetti legati al settore culturale siano di difficile misurazione attraverso i tradizionali indicatori – in particolare come e quanto la vivacità della produzione culturale possa incidere sulla vita dei singoli cittadini e nella composizione/definizione del milieu culturale di una società e di un territorio – l'esperienza maturata dall'OCP nel corso di questi quattro anni, nell'analisi dei flussi d'informazione della domanda e dell'offerta di cultura, ha consentito e consente di tracciare le linee principali del forte processo di trasformazione in atto nella nostra regione.

Il dato sul numero totale di visitatori di musei e beni culturali per il 2001 (oltre 2.700.000 presenze) consolida i livelli raggiunti negli anni precedenti, ma, ed è questo il dato forse più significativo, in assenza di eventi catalizzatori e con un effetto trainante sull'intero sistema come le due Ostensioni della Sindone o l'apertura del Museo Nazionale del Cinema: segno di una sempre maggiore adesione del pubblico locale agli eventi culturali proposti.

Crescono anche il fatturato e gli addetti del settore audiovisivo (rispettivamente 45% e 38% in più rispetto all'anno precedente), segnalando le forti dinamiche di crescita di questo settore caratterizzato da notevole mobilità di mercato, ingenti capitali finanziari e forte impatto delle nuove tecnologie.

Proprio le nuove tecnologie, che mostrano un Piemonte all'avanguardia per numero d'imprese, addetti e fatturato, possono offrire anche nel campo culturale nuove opportunità di sviluppo, ponendosi come possibile alternativa alla grande industria, tradizionale punto di forza dell'economia piemontese.

I consistenti investimenti economici compiuti dagli operatori pubblici e privati, le politiche di coordinamento, collaborazione e programmazione più incisive, e un'offerta da parte delle istituzioni museali sempre più ricca e variegata hanno quindi portato in questi ultimi anni a risultati tangibili non solo in termini quantitativi di aumento della domanda – ossia all'aumento del numero di visitatori – ma anche, e soprattutto, in termini qualitativi di visibilità dell'intero sistema culturale piemontese nella sua accezione più ampia.

Modernità e innovazione, attraverso le nuove tecnologie, e la riscoperta di antichi saperi e sapori grazie al ricco patrimonio artistico, architettonico e all'enogastronomia sono, quindi, sempre di più gli elementi costitutivi e determinanti per le strategie di sviluppo del nuovo milieu regionale.

GIAMPIERO LEO
Assessore all'Istruzione e Cultura
Regione Piemonte

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

La relazione annuale, giunta quest'anno alla quarta edizione, restituisce un'immagine del Piemonte culturale in una fase di transizione, intendendo con ciò una situazione particolare, al di là dei luoghi comuni e del fatto che nei sistemi evolutivi tutte le fasi siano in qualche modo di transizione.

Più che un mutamento degli ordini di grandezza macroeconomici, si percepisce una trasformazione a volte sotterranea, a volte manifesta, che attraversa i diversi sub-settori di produzione, di distribuzione e di consumo della cultura. In parte ciò è frutto di dinamiche che si sono affermate, sono emerse o sono state perseguite e sostenute negli ultimi anni: un caso emblematico è la lunga stagione di investimenti sui beni culturali, tutt'altro che esaurita, che è tra i motivi del raggiungimento di una soglia di visitatori dei musei che si va ad attestare sui livelli più alti mai registrati dal dopoguerra ad oggi. Come valorizzare questa dinamica di investimenti economici che prosegue e si integra con gli investimenti in vista dei Giochi Olimpici, come far sì che questo sforzo trascini ancor più verso l'alto una domanda sia locale sia extra-locale è un leit-motiv che attraversa tutti i sub-settori, dai beni culturali allo spettacolo dal vivo, alle trasformazioni dell'industria culturale.

La questione di come legare offerta e domanda per riposizionare Torino e il Piemonte in una nuova geografia culturale si pone sia per una congiuntura storica locale – è possibile valutare in una prospettiva di alcuni anni gli investimenti fatti nel settore culturale – sia perché tutti i sub-settori di produzione culturale sono sfidati dall'impatto delle nuove tecnologie che alterano non solo i sistemi produttivi ma ancor più le modalità di fruizione e consumo dei prodotti culturali e l'allocazione del tempo libero da parte degli utenti.

Un'analisi di superficie di dati macroeconomici non consente di percepire il lavoro profondo e strutturale di questi fenomeni; né apprezzare differenze di pochi punti percentuali può essere considerata una descrizione pertinente. Per queste ragioni le indagini che proponiamo si situano sempre più come approfondimenti di sub-settori, descrizioni di casi, analisi di dettaglio svolte con gli operatori, siano essi direttamente produttori, organizzatori culturali, associazioni di categoria o funzionari degli enti pubblici con compiti di programmazione. Le informazioni qualitative e l'analisi di fenomeni di grana fine diventano sempre più necessarie per rendere conto della complessità dei mutamenti in tutti i sub-settori: si è tentato di rendere conto di queste dinamiche non solo con un primo approccio ai temi proposti dai new media, attraverso un'analisi di casi, ma anche all'interno della descrizione delle diverse filiere culturali. Proprio qui si vedrà come proliferino i termini tecnici intraducibili, fino a rendere necessarie pedanti definizioni e precisazioni, indispensabili per chi non è un addetto ai lavori degli specifici campi.

Si pongono nuove esigenze di conoscenza approfondita dei fenomeni, che stiano al passo o meglio al galoppo delle trasformazioni in corso, se il bagaglio delle informazioni prodotte ha l'obiettivo di aiutare il processo decisionale, di fornire pertinenti quadri interpretativi dei contesti.

Per questi motivi è possibile che in un prossimo futuro la Relazione assuma sempre più la forma di un prodotto “plurale”, non solo perché necessariamente debbano confluire competenze diverse nella sua redazione, ma perché i singoli sub-settori – pur attraversati da dinamiche simili – tendono ad approfondire modalità peculiari di risposta e diverse traiettorie evolutive. La rivoluzione tecnologica e dei new media propone allo stesso tempo modalità di convergenza e modelli di sviluppo che aumentano vertiginosamente la loro complessità e la loro differenziazione tra sistemi produttivi un tempo contigui. Il quadro delle similitudini, delle analogie e delle differenze si va velocemente ristrutturando in tutte le professioni culturali e propone il tema dei rapporti possibili tra territori virtuali e territori reali.

Per queste ragioni, il territorio – reale, ancor prima che virtuale – è sempre presente in tutte le riflessioni, diviene la matrice profonda di descrizione dei diversi fenomeni, l’elemento che unisce i diversi sub-settori e le loro interazioni. Proprio il progressivo svincolarsi di alcune fasi produttive dall’appartenenza ad un territorio fisico, il processo di smaterializzazione delle produzioni di conoscenza e di cultura richiedono una riflessione sui nuovi territori della cultura, sui legami con l’identità locale e con i milieu creativi. Sembra di intuire che il territorio fisico, con le sue barriere orografiche, con le sue faglie, con la sua dimensione fisica, perda la sua capacità di imporre alcuni vincoli alla produzione culturale, ma che al tempo stesso aumenti la sua importanza come possibile risorsa, come soggetto e ispiratore di processi culturali, come luogo di condensazione di una domanda espressa da cittadini in carne e ossa nelle loro relazioni di prossimità. Sempre più la cultura, sul versante sia dell’offerta sia del consumo, appare una risorsa che necessita di programmazione al livello locale e sovralocale, sempre più appare componente essenziale della qualità della vita e delle dinamiche di sviluppo locale. È una buona ragione per approfondire – anche in futuro – i legami profondi che le culture intrecciano con i propri territori, da sempre confluenza inestricabile di geografie virtuali, immaginarie e componenti fisico-territoriali, paesi reali.

LUCA DAL POZZOLO
Direttore
Osservatorio Culturale del Piemonte

I CONSUMI CULTURALI

1.1 MUSEI E BENI CULTURALI

Nel 2001 il totale dei visitatori di musei e beni culturali in Piemonte supera di poco i livelli registrati l'anno precedente e compone un quadro complessivamente positivo, tenendo conto del fatto che il 2000 è stato caratterizzato dall'Ostensione della Sindone e da un consistente flusso di pellegrini e visitatori direttamente ascrivibile all'evento religioso, sia pur inferiore ai livelli del 1998.

Nonostante le diverse dinamiche che caratterizzano il Sistema Museale Metropolitano rispetto al resto dei musei in Piemonte e gli andamenti altalenanti nel corso dell'anno, si può leggere un processo di consolidamento su livelli alti del numero di visite, fortemente incrementatosi negli ultimi anni.

Per quanto riguarda il Sistema Museale Metropolitano, vale la pena di accennare in estrema sintesi alle modalità attraverso le quali si è giunti alla stabilizzazione del numero di visite annue intorno a 2.000.000 di presenze. Le oscillazioni, talvolta anche consistenti, registrate negli anni dal secondo dopoguerra sino al 1993, lasciano il posto, a partire dalla seconda metà degli anni novanta, ad una situazione che vede in pochi anni un massiccio incremento delle visite a musei e beni culturali.

È nel 1995 che per i musei dell'area metropolitana si supera la soglia del milione di visitatori – basti pensare che per i primi tre anni del decennio le affluenze sono state poco più di 500.000 – mentre nel 2000, anno in cui si registrano poco meno di 1.800.000 di presenze, si assiste ad un'impennata che sfiora il raddoppio dei visitatori rispetto a soli cinque anni prima.

Senza voler ignorare la complessità delle dinamiche interne che vedono crescite e decrescite nelle diverse istituzioni e sedi, la conferma sostanziale nel 2001 delle presenze del 2000 potrebbe indicare un processo di rallentamento della crescita e contemporaneamente di consolidamento della domanda sui livelli più alti toccati dal dopoguerra ad oggi. Data la presenza negli ultimi anni di eventi dal forte impatto sul pubblico dei musei (due Ostensioni della Sindone, la grande mostra sul Barocco a Stupinigi, l'apertura del Museo Nazionale del Cinema presso la Mole Antonelliana, ecc.) e la relativa "normalità" del 2001, questo dato assume un significato fortemente positivo.

Il dato complessivo e aggregato al di sopra di 1.800.000 visite per il Sistema Museale Metropolitano è dunque da evidenziare, perché indica una nuova dimensione della domanda difficilmente prevedibile solo sei o sette anni fa. Tale dato è inoltre più significativo delle complesse dinamiche interne di crescita e di flessione delle singole istituzioni: poiché buona parte di questi risultati è ascrivibile alle attività espositive temporanee dei musei, flessioni e crescite risultano sempre più legate alla fortuna delle mostre proposte e possono risultare fortemente incisive sul risultato annuale di un singolo museo. Di fatto, non si confronta più un singolo museo attraverso gli anni, intendendo con questo un'offerta comparabile e statica nel tempo, come avverrebbe se il nucleo espositivo fosse composto solo dalla collezione permanente: si confrontano sempre più le stagioni espositive che hanno luogo all'interno di una istituzione museale. Per questo risulta assai difficile produrre previsioni: il museo con la sua attività attrae e modifica almeno in parte la struttura della domanda, si propone come luogo e sede di un'attività culturale da visitare più volte nello stesso anno. Sarà dunque assai interessante capire se nei prossimi anni l'oscillazione attorno ai 2.000.000 di visitatori continuerà a rappresentare un dato acquisito che comporterà nuove sfide per il suo superamento, come sembra di leggere a partire dai dati di quest'anno.

Agli oltre 2.700.000 di visite in tutto il Piemonte, di cui più di 1.800.000 nel solo Sistema Museale Metropolitano, si è arrivati attraverso una serie di condizioni che, nell'insieme, hanno reso più attrattivo il patrimonio culturale piemontese: una stagione d'investimenti molto forte, che ha aumentato la fruibilità del patrimonio culturale e museale in maniera incisiva; gli sforzi consistenti compiuti dai musei nel proporre programmi sempre più attenti alle scuole e alle fasce di pubblico più giovane, che, alla luce dei dati, sembrano rispondere

positivamente ad un'offerta formativa indubbiamente più ricca. Nel contempo, la maggiore concertazione fra gli attori ha consentito di promuovere un'offerta culturale più ampia e differenziata, attraverso lo sviluppo d'iniziative collaterali alla visita (quali animazioni e concerti all'interno di circuiti tematici e territoriali, ecc.) che contribuiscono a incrementare il ruolo di musei e beni culturali come centri di produzione di attività culturali in senso lato.

Politiche di coordinamento, di collaborazione e di programmazione più incisive hanno portato a risultati tangibili anche in termini di visibilità del sistema e di maggiore adesione alla vita culturale da parte del pubblico locale e soprattutto dei frequentatori abituali, segmento che caratterizza fortemente la domanda culturale piemontese e che peraltro si esprime oggi su soglie che sembrano assestate, nel breve periodo, su livelli molto alti e difficilmente incrementabili in modo significativo.

È possibile ipotizzare che un ulteriore consistente aumento del pubblico dei musei possa realizzarsi attraverso una nuova stagione d'investimenti che punti ad un'estensione della domanda sia verso l'utenza locale con minori consumi culturali, oggi solo marginalmente coinvolta dall'offerta museale, sia verso il pubblico extra locale.

Visitatori nei musei: uno sguardo oltre regione

I dati sui visitatori nei musei del 2001 pubblicati ad oggi dal SISTAN (Sistema Statistico Nazionale) sono relativi ai primi sei mesi dell'anno per quanto riguarda tutti gli istituti statali e all'intero anno per i "top 20" – i musei più visitati – tra i quali non compare alcun museo piemontese.

Sui 430 complessivi, in Piemonte sono presenti 21 istituti statali, che nel semestre da gennaio a giugno 2001 evidenziano un'incidenza di visitatori sul totale italiano pari a quasi il 2,5%, mentre per ciò che concerne la dimensione della popolazione il Piemonte rappresenta il 7,4 % del

Tab.1 VISITATORI E INTROITI DEI MUSEI STATALI (1° SEMESTRE 2001)

| REGIONE | VISITATORI | | | INTROITI (LORDO) | |
|-----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------------|----------------|
| | PAGANTI | NON PAGANTI | TOTALE | LIRE | EURO |
| Lazio | 2.489.058 | 2.706.719 | 5.195.777 | 24.446.545.000 | 12.625.584 |
| Campania | 1.551.486 | 1.775.796 | 3.327.282 | 19.598.907.000 | 10.121.989 |
| Toscana | 2.233.037 | 986.248 | 3.219.285 | 20.803.055.500 | 10.743.880 |
| Friuli-Venezia Giulia | 77.477 | 965.224 | 1.042.701 | 565.380.000 | 291.994 |
| Lombardia | 370.529 | 296.958 | 667.487 | 3.588.948.000 | 1.853.536 |
| Emilia-Romagna | 204.970 | 396.123 | 601.093 | 1.023.151.000 | 528.412 |
| Veneto | 254.307 | 157.590 | 411.897 | 2.478.229.500 | 1.279.898 |
| <i>Piemonte</i> | <i>144.901</i> | <i>252.213</i> | <i>397.114</i> | <i>1.266.110.000</i> | <i>653.890</i> |
| Marche | 101.800 | 169.073 | 270.873 | 731.620.000 | 377.850 |
| Puglia | 66.374 | 162.190 | 228.564 | 294.576.000 | 152.136 |
| Calabria | 38.693 | 149.367 | 188.060 | 252.456.000 | 130.382 |
| Basilicata | 15.044 | 126.753 | 141.797 | 66.075.500 | 34.125 |
| Umbria | 50.611 | 85.788 | 136.399 | 379.476.000 | 195.983 |
| Sardegna | 40.401 | 93.615 | 134.016 | 183.833.500 | 94.942 |
| Abruzzo | 23.566 | 54.569 | 78.135 | 133.478.000 | 68.935 |
| Liguria | 14.476 | 34.517 | 48.993 | 89.778.000 | 46.366 |
| Molise | 3.930 | 21.913 | 25.843 | 14.968.000 | 7.730 |
| Trentino-Alto Adige | 0 | 107 | 107 | 0 | 0 |
| Totale | 7.680.660 | 8.434.763 | 16.115.423 | 75.916.587.000 | 39.207.634 |

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

totale nazionale; la regione si posiziona all'ottavo posto per quanto riguarda il numero dei visitatori, al settimo se si considera la media dei visitatori per istituto e al sesto per ciò che concerne gli introiti.

Rispetto alle regioni con le affluenze maggiori (Lazio, Campania e Toscana) la composizione dei musei piemontesi risulta essere diversa, con un solo ente di proprietà statale di grandi dimensioni che ha superato in sei mesi le 150.000 visite, il Museo Egizio, seguito da un insieme di musei le cui affluenze non sono comparabili con quelle delle istituzioni statali presenti nelle regioni caratterizzate da più forti flussi turistici. L'incremento medio di visitatori dei musei statali italiani del primo semestre 2001 rispetto allo stesso periodo del 2000 è del 2,32%. Tale variazione raggiunge il 2,72% se si prende in considerazione il gruppo dei dieci musei statali¹ monitorati dall'OCP all'interno del Sistema Museale Metropolitano torinese, mentre il confronto fra le affluenze dei primi semestri 2000 e 2001 dell'insieme dei musei e beni piemontesi fa registrare un incremento nel complesso decisamente più consistente (+16%). L'incremento accumulato in regione nei primi sei mesi viene tuttavia eroso nella seconda parte dell'anno e in special modo nell'ultimo trimestre. Purtroppo, ad oggi mancano i dati sui musei statali del secondo semestre: ciò non consente di confrontare gli andamenti e valutare se si tratti di fenomeni di carattere locale o di elementi congiunturali riscontrabili anche a livello nazionale.

Un confronto più allargato delle affluenze ai musei in Piemonte e in Italia rispetto ad altre realtà europee diviene possibile se si prendono in considerazione, a seconda della disponibilità, i dati del 1999 o del 2000.

L'andamento delle visite nei musei e beni statali negli ultimi decenni è stato simile in Italia, Francia e Gran Bretagna. In questi paesi si registrano crescite costanti fino al 1999, anno che fa segnare un decremento generalizzato di visitatori, seguito da una ripresa nel 2000.

In Francia nel 2000² i visitatori dei musei e dei monumenti statali sono stati poco più di 23.000.000 (9.000.000 per i monumenti e 14.000.000 per i musei), mentre il dato italiano relativo ad istituti statali nel 2000 raggiunge i 30.000.000 di visite. Nei musei francesi l'aumento è stato di circa 900.000 unità; il solo Louvre³, il museo più visitato, ha avuto circa 800.000 presenze in più nel 2000 rispetto all'anno precedente. Rapportando i dati delle visite nei beni statali con la popolazione residente, risulta che la media di visite per abitante è stata di 0,39 in Francia e di 0,52 in Italia, ma le istituzioni prese in considerazione sono 117 in Francia e 430 in Italia. La media francese è molto simile a quella riscontrabile nel Regno Unito alla quale concorrono gli afflussi ai principali 16 musei statali inglesi⁴: nel 1999 si sono registrati 24.000.000 di visitatori, in calo rispetto all'anno precedente di circa 300.000 unità, pari a 0,4 visite per abitante. Nel 2001, in Piemonte la media delle visite per abitante - registrate presso l'insieme delle sedi monitorate - è di oltre 0,6.

Una tendenza diversa ha invece riguardato i paesi di lingua tedesca. Occorre tener presente, tuttavia, che in questo caso si prende in considerazione l'insieme dei musei e beni sia pubblici sia privati. I dati relativi al 1999 registrano un aumento di pubblico rispetto all'anno precedente sia in Austria sia in Germania. In Germania⁵ l'incremento dei visitatori in tutti i musei pubblici e privati esistenti sul territorio nazionale è stata di circa 900.000 unità, con una media di 1,17 visite per abitante. Uno dei dati più interessanti riguarda la vicina Austria⁶: nel 1999 i visitatori di musei e mostre sono stati 20.600.000, a fronte di una popolazione di poco più di 8.000.000 di unità, con una media di 2,55 visite per abitante, la più alta registrata tra i paesi di cui sono disponibili i dati.

È possibile fare lo stesso tipo di confronto per i paesi nordici⁷: in Finlandia⁸ le visite per abitante sono state 0,95, in Svezia⁹ 1,84 e in Norvegia¹⁰ 2,09.

Un ulteriore confronto, tenuto conto delle differenti situazioni territoriali, delle diverse dimensioni e degli afflussi turistici poco comparabili, è operabile nei confronti della città di Barcellona, per la quale sono disponibili i dati d'afflusso ai musei sia pubblici sia privati.

Gli elementi di interesse, pur nella diversità fra il caso torinese e quello catalano, riguardano la stagione di forti investimenti sul patrimonio architettonico e sui musei che ha caratterizzato la metropoli di Barcellona, incrementandone fortemente l'offerta, la strutturazione com-

¹ I beni considerati sono: Palazzo Reale, Armeria Reale, Museo di Antichità, Museo Egizio, Galleria Sabauda, Reggia di Venaria, Castello Ducale di Agliè, Castello di Racconigi, Castello di Moncalieri, Biblioteca Reale.

² Fonte: Ministère de la Culture et de la Communication, *Chiffres Cles 2000*. Paris: La documentation française, 2001.

³ I visitatori del Museo del Louvre nel 2000 sono stati 6.100.000.

⁴ Fonte: Sara Selwood (a cura di), *The UK Cultural Sector. Profile and Policy Issues*. London: Policy Studies Institute, 2001.

⁵ Fonte: *Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1999*. Berlin: Institut für Museumskunde, 2000. I visitatori complessivi nei 5.629 musei monitorati sono stati 96.200.000 milioni.

⁶ Fonte: *Statistik Austria, Kulturstatistik 1999*. Wien, 2001.

⁷ I dati di Norvegia e Finlandia sono relativi al 2000, quelli della Svezia al 1999.

⁸ Fonte: *Museums in Finland 2000 - statistics*.

⁹ Fonte: Swedish National Council for Cultural Affairs, *Cultural facts*. Stockholm: Statens kulturrad, 2001.

¹⁰ Noregs Offisielle Statistikk, *Kulturstatistikk*, 2000.

posita del panorama museale, lo sviluppo di specifiche policy “di sistema” – di cui l’introduzione di biglietti cumulativi per la fruizione dei beni, che presenta alcune analogie rispetto al caso torinese, può considerarsi uno dei risultati – che nasce da un forte impegno volto a garantire un’offerta adeguata anche in relazione agli imponenti flussi turistici.

Complessivamente, i visitatori dei principali musei pubblici e privati sono stati 7.000.000, con un incremento del 6,94% nel 2000, confermando l’andamento positivo già riscontrato dal 1999. Il museo più visitato è stato la Pedrera (la casa progettata da Gaudi aperta al pubblico nel 1999), che mantiene gli stessi visitatori dell’anno dell’inaugurazione, circa 1.300.000. Superano il milione di visitatori altri due musei, il Museo del Futbol Club Barcelona e il Museo Picasso (per il quale si registra una flessione del 5%), mentre sono sei le strutture che superano i 200.000 visitatori e che totalizzano complessivamente 1.930.000 visitatori, in leggero decremento rispetto al 1999; seguono cinque strutture con più di 100.000 visitatori e 22 con meno di 100.000 visite.

I visitatori dei musei e beni culturali piemontesi nel 2001

Il numero di musei/beni culturali monitorati sull’intero territorio regionale nel 2001 ammonta ad 80, di cui 32 fanno parte del Sistema Museale Metropolitano¹¹, mentre 48 sono localizzati nel resto del territorio regionale. Rispetto al monitoraggio del 2000, quello del 2001 comprende anche il Museo Civico d’Arte Antica - Palazzo Madama, Reali Tombe di Casa Savoia - Basilica di Superga a Torino e il Museo Storico Etnografico Provinciale “Augusto Doro” a Rocca de’ Baldi, in provincia di Cuneo.

L’insieme dei beni oggetto del monitoraggio compone un quadro variegato, per tipologia delle collezioni, dimensioni, accessibilità al pubblico, modalità d’ingresso. Tali diversità si riflettono anche sui dati di affluenza, soprattutto per ciò che concerne i musei localizzati al di fuori dell’area metropolitana: la loro apertura è in alcuni casi stagionale o con ingresso a titolo gratuito senza sbigliettamento, elemento, questo, che comporta una quantificazione delle affluenze secondo stime dei responsabili delle istituzioni.

Nel 2001 il numero complessivo di ingressi nei beni monitorati in tutta la regione è stato di 2.740.226, di cui il 67% nelle strutture facenti parte del Sistema Museale Metropolitano.

Rispetto al 2000 si registra una situazione complessivamente stabile, con un incremento delle affluenze quantificabile in circa 100.000 unità. Analizzando i dati relativi ai musei del Sistema Museale Metropolitano già monitorati nel 2000, si sfiora in pratica la stessa soglia di pubblico dell’anno precedente (-1,31%), che viene tuttavia superata grazie alla riapertura di Palazzo Madama, inaugurato il 2 giugno 2001, che, oltre a restituire parzialmente all’uso un monumento profondamente radicato nell’immaginario cittadino, offre una nuova sede espositiva inaugurata dalla mostra “Dal Gotico al Rinascimento”. Tenendo conto di questi afflussi, a pieno titolo facenti parte del Sistema Museale Metropolitano, si arriva ad una cifra di 1.797.810, pari allo 0,73% in più rispetto all’anno precedente. Condizione di stabilità quindi, indipendentemente dal sistema di conteggio. Vale la pena di ricordare inoltre che lo scalone juvarriano, la parte a libero accesso di Palazzo Madama, è stato visitato in sei mesi da oltre 306.000 persone¹² che ovviamente non sono incluse nei conteggi dei visitatori.

Nel censimento 2001 sono state inoltre aggiunte le Reali Tombe di Casa Savoia - Basilica di Superga, che hanno accolto quasi 42.000 visitatori.

Per quanto riguarda invece i musei e i beni culturali di tutta la regione al di fuori del Sistema Museale Metropolitano, nel 2001 si registra, rispetto all’anno precedente, un netto incremento delle visite, pari al 5,42%. È un segno positivo che mostra come gli investimenti nel settore museale producano effetti a scala allargata all’intera regione, evidenziando importanti interazioni con l’area metropolitana di Torino.

L’andamento mensile delle visite differisce a seconda che si considerino i musei del Sistema Museale Metropolitano o quelli localizzati sul resto del territorio. Per ciò che concerne i

¹¹ Del Sistema Museale Metropolitano fanno parte anche alcuni beni afferenti al circuito delle Residenze Sabaude localizzate al di fuori dell’area metropolitana: il Castello Ducale di Agliè e il Castello di Racconigi.

¹² I visitatori sono stati conteggiati tramite contapersone, da personale messo a disposizione dalla Città di Torino.

primi si individuano le massime affluenze nei mesi di marzo, aprile e maggio, con un picco nel mese di aprile in cui si superano le 250.000 presenze. Nel resto dell'anno la curva si assesta su un numero di visite mensili pari a 120-130.000. L'andamento delle visite relativo ai musei localizzati al di fuori del Sistema Museale Metropolitano registra invece due punte di affluenze: una in corrispondenza dei mesi di aprile-maggio e l'altra in agosto-settembre. Sul totale delle visite in Piemonte si rileva l'esistenza di un picco di affluenze nel mese di aprile, dovuto in gran parte alle visite scolastiche: queste rappresentano una quota sempre più consistente della domanda museale piemontese, come dimostra la crescita dei visitatori relativa a questa fascia di pubblico nel corso degli ultimi tre anni nei musei che forniscono dati d'ingresso disaggregati per questa tipologia di utenza.

Se nei mesi più freddi (dicembre-marzo) è il Sistema Museale Metropolitano ad assorbire la maggior parte delle visite (oltre l'80%), nei mesi più caldi (giugno-agosto) le percentuali di affluenza dei due circuiti considerati (SMM e resto dei musei/beni della regione), tendono ad equilibrarsi. Nel mese di settembre sono invece i musei non appartenenti al SMM ad assorbire la percentuale più alta di visitatori, pari al 52% delle visite complessive in regione. Si evidenzia qui una possibilità di programmazione integrata tra Sistema Museale Metropolitano e resto della regione che miri ad un incremento di pubblico bilanciando la sfasatura tra i picchi stagionali, invernali-primaverili per l'ambito urbano, estivi-autunnali per la regione. Ciò corrisponde inoltre ad una politica di "messa in turismo", come direbbero i francesi, dell'offerta museale piemontese. L'estensione delle tessere d'ingresso all'intero territorio regionale è un passo verso questa direzione e verso una programmazione che faccia leva sui punti di forza e sulle stagionalità del Sistema Museale Metropolitano e dei musei/beni degli altri territori regionali.

A differenza del 2000, che è stato caratterizzato da almeno due eventi trainanti (Ostensione della Sindone e apertura del Museo Nazionale del Cinema presso la Mole Antonelliana), e

Fig.2 MUSEI E BENI CULTURALI IN PIEMONTE: ANDAMENTO MENSILE DEI VISITATORI (2001)

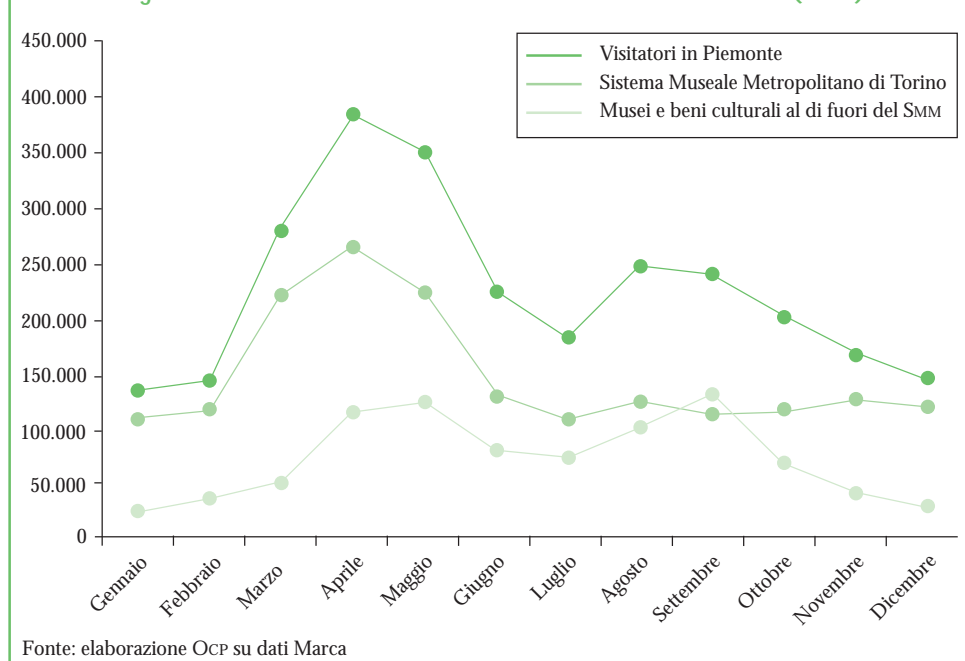


Fig.3 MUSEI E BENI CULTURALI MONITORATI DALL'OCP: LOCALIZZAZIONE E NUMERO (2001)



Fonte: elaborazione OCP su dati Marca, giugno 2002

Fig.4 VISITATORI NEI MUSEI E BENI CULTURALI MONITORATI DALL'OCP (2001)



del 1999, anno in cui si è tenuta la mostra “I trionfi del Barocco” presso la Palazzina di Caccia di Stupinigi, nel 2001 non vi sono stati eventi che hanno avuto un impatto consistente sull’andamento delle visite. Il 2001 si caratterizza per un’attività espositiva vivace e costante lungo tutto il corso dell’anno e per la realizzazione di numerose iniziative, promosse congiuntamente dalle amministrazioni, dalle istituzioni museali e da altri soggetti che operano nel settore culturale e che, complessivamente, hanno contribuito a rendere l’offerta museale più attrattiva, coniugandola in molti casi con proposte quali concerti, animazioni, rappresentazioni evocative, ecc., ospitate all’interno delle strutture museali nell’ambito dei numerosi circuiti di arte e cultura sviluppati a Torino e sul territorio regionale.

Sistema Museale Metropolitano di Torino (1999-2001)

Nel 2001 il monitoraggio dei musei e beni culturali facenti parte del Sistema Museale Metropolitano ha riguardato 32 istituzioni, due in più rispetto al 2000 (Museo Civico d’Arte Antica - Palazzo Madama, Reali Tombe di Casa Savoia - Basilica di Superga).

Nel 2001 l’affluenza complessiva ai musei/beni monitorati del Sistema Museale Metropolitano è stata pari a 1.839.668 visitatori.

Il dato, che si attesta sui livelli del 2000 (1.784.772 le visite in quell’anno), rivela una condizione di stabilità che al tempo stesso corrisponde ad un rallentamento della crescita che ha caratterizzato il triennio 1998-2000.

Il confronto con i 26 musei di cui sono disponibili i dati sul pubblico degli ultimi tre anni, rileva infatti una lieve flessione rispetto al 2000, dell’8,95% e del 5% rispetto al 1999. La riduzione diventa tuttavia meno significativa, attestandosi all’1,31%, se si analizzano i dati sui visitatori dei 30 musei confrontabili nel biennio 2000-2001. Emerge al tempo stesso un elemento su tutti: la riduzione delle visite rispetto al 2000, anche per i soli musei confrontabili nel biennio¹³, si verifica esclusivamente a partire dal terzo trimestre dell’anno e in particolare dal mese di settembre.

La distanza rispetto ai risultati ottenuti nei secondi semestri del 2000 e del 1999 può essere attribuita, almeno in parte, all’assenza di particolari eventi di richiamo nel corrispettivo periodo del 2001. Nel 2000 infatti, pur non registrando i picchi del 1998, l’Ostensione della Sindone (da agosto a ottobre) influenzò positivamente l’andamento delle affluenze ai musei, soprattutto relativamente alle istituzioni localizzate nell’area centrale della città. Similmente, la mostra “I trionfi del Barocco”, che si svolse da luglio a novembre 1999, incise non poco sulla performance positiva di quell’anno.

Sembra tuttavia che tali motivazioni non spieghino appieno il calo dell’ultimo trimestre, per il quale si ipotizza un effetto “psicologico” non trascurabile di contrazione delle visite legato all’attentato terroristico a New York dell’11 settembre, come descritto più avanti in uno specifico paragrafo.

Tra i dati che vanno a comporre la performance complessiva del Sistema Museale Metropolitano e inducono a pensare ad una condizione di stabilità deve essere citato il fatto che il Museo Nazionale del Cinema - Mole Antonelliana nel 2001 conclude per la prima volta un anno di attività, mentre nel 2000, anno della sua inaugurazione nel mese di luglio, le affluenze si riferivano al solo secondo semestre.

È proprio il Museo Nazionale del Cinema - Mole Antonelliana ad aver ospitato nel 2001 il maggior numero di visitatori: nel 2001 si contano 361.394¹⁴ presenze contro le oltre 211.000 registrate nei soli sei mesi di apertura del 2000. Attraverso l’analisi dei dati relativi ai soli mesi confrontabili (luglio-dicembre) si individua una flessione delle visite del 18% imputabile ad un progressivo esaurimento dell’effetto novità, che l’anno scorso aveva attirato una grande massa di pubblico nei primi mesi d’apertura.

La seconda struttura per numero di visitatori è il Museo Egizio, che nel 2001 ha totalizzato complessivamente 306.722 presenze con una flessione rispetto all’anno precedente del -16%:

¹³ Ad esclusione quindi del Museo Civico d’Arte Antica - Palazzo Madama e delle Reali Tombe di Casa Savoia - Basilica di Superga.

¹⁴ Il dato sui visitatori comprende sia gli ingressi al Museo sia quelli all’ascensore panoramico, poiché non vengono resi disponibili dati disaggregati.

essendo il Museo Egizio l'istituzione in assoluto più nota al di fuori del Piemonte e una delle mete centrali per il pubblico extra regionale, è anche il museo che mostra la maggior sensibilità ai flussi turistici. L'impatto dell'Ostensione della Sindone del 2000 è stato particolarmente avvertito, quindi, proprio dal Museo Egizio che aveva guadagnato il 16% rispetto al 1999. Nel 2001, in assenza di un flusso turistico attirato da eventi di particolare richiamo, il Museo Egizio si mantiene sostanzialmente stabile rispetto al 1999: il 16% guadagnato nel 2000 e perso nel 2001 offre una quantificazione molto vicina all'impatto dei visitatori richiamati dall'Ostensione della Sindone.

All'interno del SMM vi sono poi quattro musei le cui affluenze superano le 100.000 unità: Fondazione Palazzo Bricherasio, Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea, Palazzo Reale e Castello di Rivoli - Museo d'Arte Contemporanea. Per i primi tre è possibile rilevare una lieve flessione rispetto al 2000, anno in cui avevano peraltro toccato soglie particolarmente significative (tutte e tre le istituzioni nel 2001 si attestano su livelli comunque nettamente superiori al 1999), mentre il Castello di Rivoli - Museo d'Arte Contemporanea registra un forte aumento delle affluenze, pari al 35%.

Appena al di sotto delle 100.000 unità si colloca il Castello di Racconigi che, con 96.792 presenze, vede aumentare i propri visitatori significativamente nel corso del triennio, anche grazie allo sviluppo di una programmazione di eventi e di attività culturali sostenuti da campagne di comunicazione. Il risultato dell'integrazione di tali attività fa registrare il maggior incremento del 2001 rispetto al 2000 fra tutti i musei del Sistema Museale Metropolitano, pari al 37%.

Oltre al Castello di Rivoli e al Castello di Racconigi registrano nel 2001 segno positivo altre cinque strutture: la Fondazione Italiana per la Fotografia - Museo della Fotografia Storica e Contemporanea e il Castello di Moncalieri, che evidenziano un significativo incremento delle visite rispetto al 2000, rispettivamente del 34% e del 32%, la Palazzina di Caccia di Stupinigi (+8% per i soli otto mesi confrontabili¹⁵), il Museo di Antichità e il Museo di Arti Decorative - Fondazione Accorsi (rispettivamente del 2% e dell'1%).

Il circuito dell'arte contemporanea considerato nel suo insieme (che comprende Castello di Rivoli - Museo d'Arte Contemporanea, Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea, Fondazione Italiana per la Fotografia - Museo della Fotografia Storica e Contemporanea e Palazzo Bricherasio) si mantiene complessivamente sugli stessi livelli del 2000, totalizzando nel 2001 363.938 visite.

Il 2001 è stato un anno positivo per quanto riguarda i musei/beni culturali monitorati all'interno del circuito delle Residenze Sabaude (Castello di Rivoli - Museo d'Arte Contemporanea, Castello di Racconigi, Palazzina di Caccia di Stupinigi - Museo d'Arte e Ammobiliamento, Castello Ducale di Agliè, Reggia di Venaria Reale, Castello di Moncalieri) oggetto in questi ultimi anni di un'intensa attività di promozione e politiche di valorizzazione. Rispetto al 2000 il circuito delle Residenze Reali vede complessivamente una crescita del 27% dei visitatori, per un totale di 309.422 presenze nel 2001, pur scontando le difficoltà di visita alla Reggia di Venaria interessata dai cantieri di restauro.

La maggior parte dei musei e beni monitorati ha tuttavia registrato, rispetto al 2000, flessioni, variabili da caso a caso. Dall'analisi delle affluenze nei diversi periodi dell'anno è possibile rilevare come l'andamento delle visite complessive ai beni appartenenti al Sistema Museale Metropolitano risulti molto diverso a seconda che si consideri la prima o la seconda parte dell'anno.

Nel primo trimestre (gennaio-marzo) del 2001 le affluenze complessive dei 32 musei monitorati sono state 467.725. Comparando il dato dei 30 musei confrontabili rispetto al 2000, si rileva un aumento del 18%. Il secondo trimestre (aprile-giugno), come per il 2000, è stato il periodo che ha registrato, con 623.446 visitatori, il maggior numero di affluenze dell'anno: rispetto al 2000, considerati solo i musei confrontabili, si registra un incremento del 24%. Incidono sull'andamento positivo del secondo trimestre le affluenze scolastiche che, tra aprile e giugno, contano oltre 100.000 presenze nel solo Sistema Museale Metropolitano.

¹⁵ Dopo la conclusione della mostra "I trionfi del Barocco" la Palazzina di Caccia di Stupinigi rimase chiusa da dicembre 1999 a maggio 2000.

Tab.2 SISTEMA MUSEALE METROPOLITANO¹: VISITATORI(1999-2001)

| COMUNE | MUSEI E BENI CULTURALI | 1999 | 2000 | 2001 | VARIAZIONE % | | |
|-------------------------------------|---|---------|-----------|-----------|--------------|-----------|-------|
| | | | | | 2000-1999 | 2001-2000 | |
| Torino | Armeria Reale | 20.179 | 39.374 | 37.671 | 95,12 | -4,33 | |
| Torino | Borgo e Rocca Medievale | 53.066 | 51.328 | 51.406 | -3,28 | 0,15 | |
| Venaria (TO) | Castello - Reggia di Venaria | 35.645 | 27.722 | 18.215 | -22,23 | -34,29 | |
| Moncalieri (TO) | Castello di Moncalieri | 10.060 | 4.282 | 5.638 | -57,44 | 31,67 | |
| Racconigi (CN) | Castello di Racconigi | 65.273 | 70.670 | 96.792 | 8,27 | 36,96 | |
| Rivoli (TO) | Castello di Rivoli | 57.010 | 79.059 | 106.746 | 38,68 | 35,02 | |
| Agliè (TO) | Castello Ducale di Agliè ² | 17.755 | 29.027 | 27.367 | 63,49 | -5,72 | |
| Torino | Fondazione Italiana Fotografia | 2.808 | 14.866 | 19.930 | 429,42 | 34,06 | |
| Torino | Fondazione Palazzo Bricherasio ³ | 76.121 | 147.326 | 125.187 | 93,54 | -15,03 | |
| Torino | Galleria Sabauda | 39.503 | 50.681 | 42.936 | 28,30 | -15,28 | |
| Torino | GAM ⁴ | 110.780 | 130.088 | 112.075 | 17,43 | -13,85 | |
| Torino | Museo Civico di Numismatica | 1.517 | 1.416 | 381 | -6,66 | -73,09 | |
| Torino | Museo Civico Pietro Micca | 22.769 | 24.040 | 21.107 | 5,58 | -12,20 | |
| Torino | Museo della Sindone | 1.317 | 28.526 | 6.785 | 2065,98 | -76,21 | |
| Torino | Museo dell'Automobile | 47.632 | 45.381 | 41.943 | -4,73 | -7,58 | |
| Torino | Museo di Antichità | 17.566 | 23.093 | 23.459 | 31,46 | 1,58 | |
| Torino | Museo Egizio | 315.205 | 365.123 | 306.722 | 15,84 | -15,99 | |
| Torino | Museo Nazionale Montagna | 37.802 | 41.563 | 40.040 | 9,95 | -3,66 | |
| Torino | Museo Nazionale Risorgimento | 51.572 | 45.251 | 42.054 | -12,26 | -7,07 | |
| Torino | Museo Regionale Scienze Naturali ⁵ | 50.708 | 39.273 | 25.090 | -22,55 | -36,11 | |
| Torino | Museo Storico dell'Artiglieria | 2.483 | 3.441 | chiuso | 38,58 | - | |
| Nichelino (TO) | Palazzina di Caccia di Stupinigi | 224.685 | 32.607 | 54.664 | -85,49 | 67,64 | |
| Torino | Palazzo Falletti di Barolo | 22.541 | 21.522 | 9.397 | -4,52 | -56,34 | |
| Torino | Palazzo Reale | 99.165 | 123.304 | 102.913 | 24,34 | -16,54 | |
| Torino | Pinacoteca Albertina | 3.607 | 2.961 | 1.896 | -17,91 | -35,97 | |
| Torino | R come... | 25.065 | 31.353 | 21.059 | 25,09 | -32,83 | |
| <i>Totale musei monitorati 1999</i> | | 26 | 1.411.834 | 1.473.277 | 1.341.473 | 4,35 | -8,95 |
| Torino | Biblioteca Reale ⁶ | - | 9.703 | 4.470 | - | -53,93 | |
| Torino | Fondazione Pietro Accorsi | - | 31.936 | 32.314 | - | 1,18 | |
| Torino | Museo Nazionale del Cinema - Mole Antonelliana ⁷ | - | 211.717 | 361.394 | - | 70,70 | |
| Torino | Palazzo Cavour ⁸ | - | 58.139 | 21.773 | - | -62,55 | |
| <i>Totale musei monitorati 2000</i> | | 30 | - | 1.784.772 | 1.761.424 | - | -1,31 |
| Torino | Basilica di Superga | - | - | 41.858 | - | - | |
| Torino | Palazzo Madama ⁹ | - | - | 36.386 | - | - | |
| <i>Totale musei monitorati 2001</i> | | 32 | - | - | 1.839.668 | - | - |

¹ Il Sistema Museale Metropolitano Torinese comprende parte del circuito delle Residenze Sabaude: Palazzo Reale e Palazzo Madama a Torino, la Reggia di Venaria Reale (TO); il Castello di Rivoli (TO); il Castello Reale di Moncalieri (TO); la Palazzina di Caccia di Stupinigi (TO); il Castello Ducale di Agliè (TO) e il Castello Reale di Racconigi (CN). I dati di tutti i musei non comprendono i partecipanti alle inaugurazioni degli eventi proposti nelle loro sedi con ingresso ad invito.

Tab.2 (continua)

² I dati del 1999 del Castello Ducale di Agliè non includono le affluenze al Parco.

³ Nei mesi di luglio 2000 e settembre 2001 Palazzo Bricherasio ha ospitato la Biennale di Fotografia organizzata dalla Fondazione Italiana per la Fotografia. I dati relativi alle affluenze sono stati inseriti nelle affluenze della Fondazione Italiana per la Fotografia. Il dato di novembre 2001 della Fondazione Italiana per la Fotografia include i visitatori delle mostre organizzate dalla Fondazione in altre sedi espositive.

⁴ I dati della GAM includono le affluenze della sede di Villa Remmert di Ciriè e della Promotrice delle Belle Arti per quanto riguarda i visitatori affluiti in occasione di esposizioni organizzate al suo interno dalla GAM.

⁵ Si ricorda che nel 1999 il Museo Regionale di Scienze Naturali era aperto esclusivamente in occasione di eventi espositivi. A partire dal 2000 il Museo è aperto permanentemente.

⁶ I dati del 2000 della Biblioteca Reale includono i lettori che consultano i testi della Biblioteca. I dati del 2001 escludono tali lettori e evidenziano i soli visitatori.

⁷ I dati del Museo Nazionale del Cinema - Mole Antonelliana includono le presenze all'ascensore panoramico.

⁸ Nel 2001 non sono pervenuti i dati completi di Palazzo Cavour.

⁹ I dati di Palazzo Madama sono relativi alle affluenze delle mostre in corso. Non sono inclusi gli ingressi allo scalone dell'avancorpo juvarriano in quanto ad ingresso libero.

Fonte: elaborazione OCP su dati EtaBeta e Marca

Nel terzo trimestre (luglio-settembre) i visitatori dell'insieme dei musei monitorati sono stati 364.430, evidenziando una perdita rispetto al 2000 pari a -23%. Similmente, il quarto trimestre, con 384.067 visitatori, ha registrato un calo delle affluenze di -24% rispetto all'anno precedente.

Il confronto fra le curve di affluenza 1999-2001 dei musei del Sistema Museale Metropolitano consente di individuare una situazione molto simile a quella risultante dal confronto 2000-2001: mentre nel primo e nel secondo trimestre si individua un aumento delle visite nel 2001 rispetto al 1999 (pari rispettivamente al 35% e 23%), nel terzo e nel quarto trimestre si registra un calo di visitatori (del 29% per quanto riguarda il terzo trimestre e del 33% per ciò che concerne gli ultimi mesi dell'anno).

L'attività espositiva nel 2001 è stata molto vivace ed efficace: nei musei del Sistema Museale Metropolitano si è registrato un numero rilevante di visitatori (969.829 presenze) durante i periodi di apertura delle mostre, superiore, anche se di poco, al dato registrato nel 2000 (878.307): 66 sono state le mostre organizzate all'interno dei musei e beni culturali monitorati, appartenenti al Sistema Museale Metropolitano.

L'andamento assai positivo delle affluenze nel primo semestre è in parte influenzato proprio dall'attività espositiva temporanea dei musei. Se infatti il numero di mostre organizzate è bilanciato fra la prima e la seconda metà dell'anno, si rileva come proprio il primo semestre coincida con la realizzazione delle esposizioni che hanno registrato le maggiori affluenze con un numero di visitatori superiore alle 50.000 unità: se si esclude la mostra "Arte povera in collezione" della durata annuale al Castello di Rivoli, che ha totalizzato oltre 107.000 visitatori, le mostre "Da Renoir a Picasso" presso Palazzo Bricherasio (con circa 70.800 presenze), "Paul Klee" alla GAM (con circa 60.800 visitatori)¹⁶ e "Armando Testa" al Castello di Rivoli (con oltre 51.000 visitatori), si sono svolte tutte nei primi sei mesi dell'anno. Rispetto al totale dei visitatori del semestre (che supera 1.000.000 di presenze) i visitatori affluiti alle tre sedi espositive, in concomitanza di queste mostre, rappresentano il 13%¹⁷.

Non solo l'attività espositiva, ma più in generale il programma culturale offerto dalle istituzioni torinesi è stato vivace in tutto il corso dell'anno. Nei primi sei mesi si è svolta la "Settimana per la Cultura" (dal 26 febbraio al 4 marzo 2001) che prevedeva l'ingresso e visite guidate gratuite nei musei statali; il 2 giugno, con l'iniziativa "Felicità"¹⁸, era possibile accedere liberamente ai musei civici e ad altre tre strutture. Lo stesso giorno i musei statali sono rimasti aperti al pubblico sino alle 23 e, sempre in quella data, a seguito d'importanti lavori di restauro è stato riaperto al pubblico Palazzo Madama e inaugurata la mostra, al suo interno, "Tra Gotico e Rinascimento. Scultura in Piemonte". Da ricordare in questo periodo anche l'iniziativa "Torino non caso", che dal 15 maggio al 28 giugno proponeva itinerari gui-

¹⁶ Il dato si riferisce a tutto il periodo della mostra dal 26 ottobre 2000 al 21 gennaio 2001.

¹⁷ La percentuale è stata ottenuta conteggiando, per quanto riguarda la mostra "Paul Klee", solo i visitatori affluiti alla GAM nei 21 giorni del 2001.

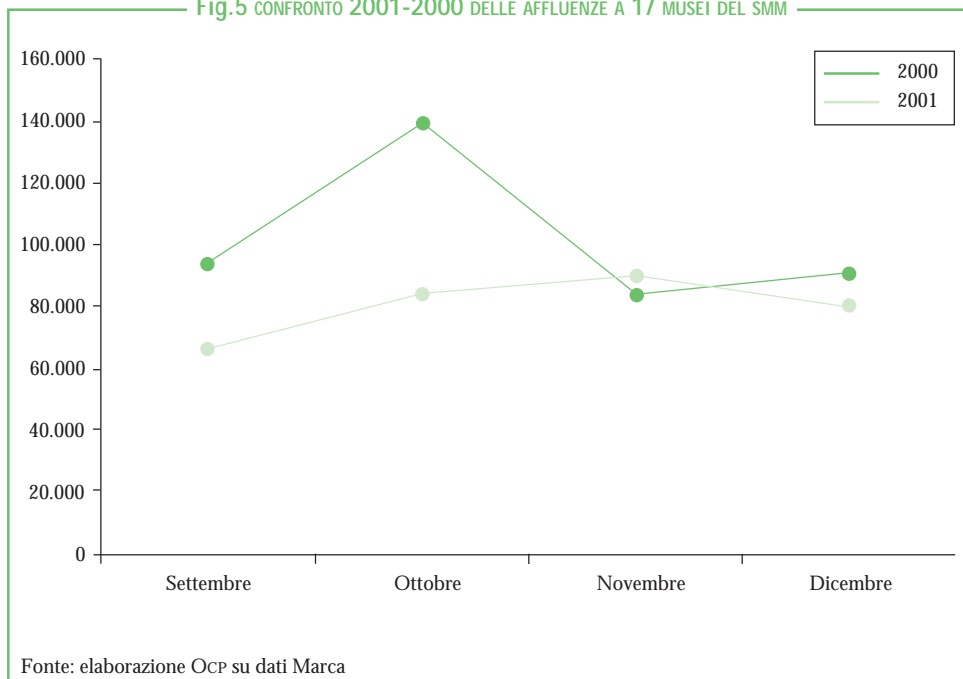
¹⁸ "Felicità" è un'iniziativa promossa dal CIDAC, l'Associazione delle città d'arte e cultura, in collaborazione con "Mecenate 90" a cui hanno aderito le seguenti città: Torino, Milano, Padova, Vicenza, Verona, Ravenna, Pesaro, Ancona, Prato, Pisa, Siena, Arezzo, Perugia, Roma, Napoli, Matera, Lecce, Palermo e Catania.

dati storico-artistici tra musei e beni culturali di Torino e dintorni, nonché l'accesso gratuito ai musei civici l'8 marzo, in occasione della festa della donna. Negli ultimi sei mesi dell'anno fra le iniziative che hanno caratterizzato l'offerta culturale torinese vanno ricordate "Porte Aperte a Ferragosto", che prevedeva l'ingresso gratuito o ridotto nei musei cittadini il 15 di agosto, "Rivelazioni Barocche" (dal 15 agosto al 4 novembre), che offriva una serie di itinerari ai luoghi e alle architetture barocche di Torino e del Piemonte, e le "Giornate Europee del Patrimonio", il 29 e 30 settembre, con accesso gratuito ai musei statali.

L'"effetto Twin Towers" sui musei torinesi: un tentativo d'analisi

La flessione delle affluenze registrata nel Sistema Museale Metropolitan nel secondo semestre 2001 ha suggerito una verifica di un possibile impatto sulle visite ai musei torinesi in seguito all'attacco alle Torri Gemelle di New York dell'11 settembre. Torino e il Sistema Museale Metropolitan forniscono inoltre l'occasione per un'analisi particolarmente interessante poiché, essendo il pubblico museale prevalentemente locale, si può considerare trascurabile l'effetto di blocco dei voli aerei nei giorni successivi all'attentato e il crollo degli spostamenti turistici di medio-lungo raggio nei mesi successivi. Se in una città caratterizzata da forte turismo internazionale una flessione negli ingressi ai musei potrebbe essere conseguenza diretta del crollo degli afflussi turistici, in una città caratterizzata da un pubblico locale, invece, è ipotizzabile che prevalgano motivi "psicologici" che portano ad una contrazione dei consumi, tra cui anche quelli culturali. La mancanza, ad oggi, dei dati d'affluenza ai musei statali nel secondo semestre del 2001 priva quest'analisi di importanti elementi di confronto in grado di corroborare, di confermare o di attenuare l'importanza dei fattori rilevati a livello locale.

Fig.5 CONFRONTO 2001-2000 DELLE AFFLUENZE A 17 MUSEI DEL SMM

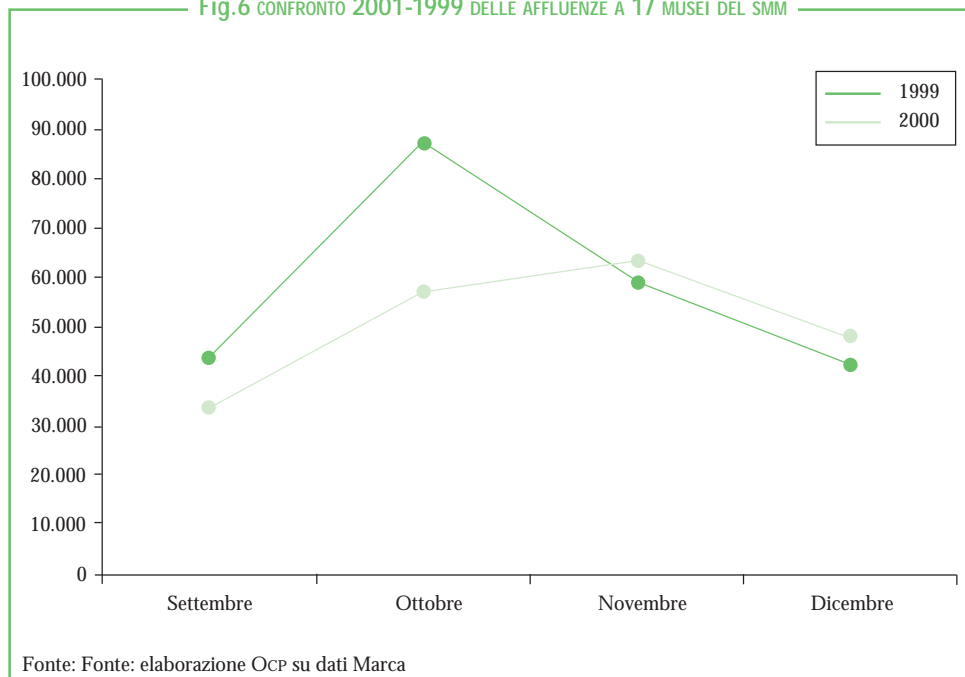


L'analisi del contesto torinese ha preso in esame il confronto del numero di visitatori negli anni 2000-2001 e 1999-2001 nei periodi 12-30 settembre, ottobre, novembre, dicembre per 23 musei appartenenti al Sistema Museale Metropolitano¹⁹. Tenendo presente che fra le molteplici variabili in grado di influire l'andamento delle visite, la realizzazione di mostre e la coincidenza di "eventi-blockbuster" risultano particolarmente incisivi, si è cercato di depurare i dati di afflusso da queste variabili, escludendo dall'analisi le istituzioni che nel triennio hanno realizzato mostre temporanee di grande richiamo o che hanno registrato picchi eccezionali coincidenti con la realizzazione di un evento. Occorre tuttavia tener presente che eventi e mostre di grande attrattività possono avere un impatto sulle affluenze di istituzioni non direttamente coinvolte, rispetto alle quali non è ulteriormente depurabile il dato.

Dall'analisi compiuta risulta che un "effetto Twin Towers" possa essere individuabile soprattutto confrontando i dati relativi ai mesi di ottobre nei diversi anni esaminati, sia che si considerino le affluenze nel complesso dei musei monitorati, sia che si analizzino i dati delle sole istituzioni non direttamente coinvolte da eventi di grande richiamo. È nel mese di ottobre, quando si sono aggiunti ulteriori elementi di preoccupazione fortemente connessi all'attentato alle Twin Towers, quali il timore dell'antrace e l'esistenza di scenari indefiniti di guerra, che si registra la maggiore flessione (del 43% rispetto al 2000 e del 60% rispetto al 1999). Contenendo l'effetto "grandi eventi"²⁰, la perdita, pur consistente, tende a ridursi attestandosi a -39% rispetto al 2000 e -33% rispetto al 1999.

La riduzione del numero di visitatori nel 2001 rispetto al 2000 ma anche rispetto al 1999 emerge tuttavia già a partire dal mese di settembre: si tratta del -34% rispetto al 2000 e del -50% rispetto al 1999. Pur "depurando" il più possibile i dati, attraverso l'esclusione dall'indagine delle istituzioni che maggiormente hanno mostrato gli effetti della contemporaneità con grandi eventi²¹, si registra in ogni caso un calo consistente, del 30% rispetto al 2000 e del 21% rispetto al 1999.

Fig.6 CONFRONTO 2001-1999 DELLE AFFLUENZE A 17 MUSEI DEL SMM



¹⁹ Le strutture considerate sono: Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea, Museo Pietro Micca, Palazzo Reale, Armeria Reale, Museo del Risorgimento, Museo Egizio, Galleria Sabauda, Fondazione Palazzo Bricherasio, Palazzo Barolo, Museo Nazionale della Montagna, Museo dell'Automobile, Reggia di Venaria, Castello di Rivoli, Palazzina di Caccia di Stupinigi, Castello Ducale di Agliè, Castello di Racconigi, Museo Regionale di Scienze Naturali, Borgo e Rocca Medioevale, Pinacoteca Albertina delle Belle Arti, Museo della Sindone, Castello di Moncalieri, Museo Nazionale del Cinema - Mole Antonelliana, Museo delle Arti Decorative - Fondazione Accorsi.

²⁰ Le istituzioni che sono state escluse in questo tipo di elaborazione sono: Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea, Palazzo Bricherasio, Palazzo Barolo, Palazzina di Caccia di Stupinigi, Castello di Racconigi, Museo della Sindone, ciascuna delle quali caratterizzata da eventi di notevole impatto capaci di alterare significativamente i flussi di pubblico e tali quindi da nascondere un possibile "effetto Twin Towers".

²¹ Si ricorda che il 2000 è stato caratterizzato dall'Ostensione della Sindone dal 12 agosto al 22 ottobre e dal 26 al 29 ottobre, mentre il 1999 dalla mostra "I trionfi del Barocco" tenutasi presso la Palazzina di Caccia di Stupinigi dal 4 luglio al 7 novembre.

È possibile rilevare una tendenza, seppur non molto accentuata, alla riduzione del calo delle visite man mano che ci si allontana dalla data dell'11 settembre. I dati di novembre e dicembre registrano infatti un miglioramento del numero di visitatori rispetto ai dati di settembre e ottobre. La curva dell'andamento delle affluenze del mese di novembre 2001, pur evidenziando una riduzione, tende ad avvicinarsi a quelle dello stesso mese del 2000 e del 1999. L'elaborazione dei dati relativi ai 17 musei, non direttamente coinvolti dai grandi eventi, fa addirittura registrare un lieve aumento nei mesi di novembre e dicembre del numero di visitatori (5% rispetto al 2000 e 7% rispetto al 1999). Il confronto 2000-2001 nel mese di dicembre rileva una flessione delle affluenze rispetto a novembre del 16%. Rispetto al novembre 1999 si registra un calo solo dell'1%. Escludendo le istituzioni direttamente coinvolte da eventi di grande richiamo si registra invece un aumento, seppur lieve, rispetto al 1999 e al 2000.

Alla luce dei risultati delle elaborazioni effettuate è possibile in parte spiegare il rallentamento della crescita dei visitatori a Torino nel 2001: il calo del 30% delle affluenze nel mese di settembre 2001 rispetto al 2000 e di quasi il 40% per quanto riguarda il mese di ottobre²² induce a ipotizzare che l'attacco alle Torri Gemelle abbia effettivamente inciso sull'andamento generale delle visite ai musei nel 2001.

Se si prendono in esame i mesi di settembre e ottobre per i soli 17 musei osservati l'incidenza dell'"effetto Twin Towers" è conteggiabile in circa 80.000 presenze. Estendendo il numero di musei è possibile stimare la perdita di afflusso in non meno di 100.000 visitatori (basti pensare che i dati relativi ai 23 musei monitorati evidenziano nei mesi di settembre e ottobre una differenza di visitatori conteggiabile in 120.000 presenze rispetto al 2000).

L'"effetto Twin Towers" sembra quindi incidere significativamente sulla performance annuale del Sistema Museale Metropolitan – a differenza invece di quanto risulta dall'analoga indagine condotta sui consumi cinematografici²³ – contribuendo ad una mancata crescita delle visite, ad un risultato totale che viceversa, in assenza di tale effetto, sarebbe stato caratterizzato da una sensibile differenza percentuale positiva. Va però detto che l'"effetto Twin Towers" non muta sostanzialmente la valutazione complessiva di un rallentamento della crescita e di una stabilizzazione sui livelli alti delle soglie di affluenza: il solo fatto che nel 2000 il Museo del Cinema - Mole Antonelliana sia stato aperto sei mesi al posto dei dodici del 2001 comporta una differenza positiva nel 2001 di quasi 150.000 ingressi, quota superiore all'effetto stimato dell'attacco alle Torri Gemelle. I segni della stabilizzazione nel 2001 si leggono al di là dell'"effetto Twin Towers", che tuttavia ha inciso sensibilmente nel risultato numerico finale di tutto l'anno. A maggior ragione quindi il dato complessivo di oltre 1.800.000 visitatori dev'essere considerato come una soglia importante e significativa per ciò che concerne gli afflussi al Sistema Museale Metropolitan.

Ripartizione dei visitatori per titolo d'ingresso nel Sistema Museale Metropolitan

Rispetto alle tre modalità d'ingresso più diffuse (biglietto intero, ridotto e gratuito), nei 32 musei appartenenti al Sistema Museale Metropolitan è possibile nel 2001 fornire una ripartizione certa per 1.421.841 visite²⁴.

Rispetto al 2000 diminuiscono percentualmente i biglietti interi (che rappresentano il 32% del totale contro il 40% nel 2000 e il 39% nel 1999) e aumentano sia i ridotti (il 25% nel 2001 contro il 23% del 2000 e il 19% del 1999) sia i gratuiti (il 43% nel 2001 contro il 37% del 2000 e il 42% del 1999). Il quadro complessivo che ne risulta fa supporre che stia cambiando la composizione del pubblico dei musei torinesi, a favore di una percentuale sempre più consistente di visitatori appartenenti alla categoria degli studenti, come dimostra l'aumento dell'affluenza scolastica che nel 2001 rispetto al 2000 cresce del 3%.

Sulla variazione della composizione dei biglietti emessi rispetto al 2000 ha inciso anche il numero elevato di abbonamenti venduti nel corso del 2001 (che raddoppiano rispetto al

²² Le percentuali si riferiscono ai 17 musei che non sono stati interessati direttamente da eventi di grande richiamo.

²³ Si veda il paragrafo 1.6 sul cinema.

²⁴ Dal conteggio è escluso circa il 23% delle visite la cui tipologia d'ingresso non è identificabile.

Tab.3 SISTEMA MUSEALE METROPOLITANO¹: VISITATORI SECONDO IL TITOLO D'INGRESSO (2001)

| MESI | N. MUSEI | INTERI | RIDOTTI | GRATUITI | TOTALE TITOLI D'INGRESSO ² | TOTALE INGRESSI COMPLESSIVI |
|---------------|----------|----------------|----------------|----------------|---------------------------------------|-----------------------------|
| Gennaio | 30 | 32.547 | 18.953 | 37.042 | 88.542 | 120.590 |
| Febbraio | 29 | 24.623 | 20.197 | 48.349 | 93.169 | 124.041 |
| Marzo | 30 | 36.641 | 40.041 | 104.831 | 181.513 | 223.094 |
| Aprile | 30 | 78.442 | 61.182 | 81.471 | 221.095 | 267.166 |
| Maggio | 30 | 52.631 | 52.989 | 81.327 | 186.947 | 223.756 |
| Giugno | 29 | 40.956 | 24.979 | 36.880 | 102.815 | 132.524 |
| Luglio | 28 | 31.976 | 18.045 | 27.068 | 77.089 | 107.138 |
| Agosto | 27 | 39.073 | 23.183 | 34.197 | 96.453 | 135.795 |
| Settembre | 27 | 30.381 | 15.772 | 36.313 | 82.466 | 121.497 |
| Ottobre | 29 | 32.112 | 22.263 | 41.820 | 96.195 | 127.198 |
| Novembre | 30 | 29.928 | 29.535 | 44.033 | 103.496 | 136.054 |
| Dicembre | 29 | 31.487 | 23.043 | 37.531 | 92.061 | 120.815 |
| Totale | | 460.797 | 350.182 | 610.862 | 1.421.841 | 1.839.668 |

¹ Il Sistema Museale Metropolitano Torinese comprende anche la mostra permanente "R come..." e parte del circuito delle Residenze Sabaude: Palazzo Reale e Palazzo Madama a Torino, la Reggia di Venaria Reale (TO); il Castello di Rivoli (TO); il Castello Reale di Moncalieri (TO); la Palazzina di Caccia di Stupinigi (TO); il Castello Ducale di Aglié (TO) e il Castello Reale di Racconigi (CN).

I dati di tutti i musei non comprendono i partecipanti alle inaugurazioni degli eventi proposti nelle loro sedi con ingresso ad invito.

² Il "Totale titoli d'ingresso" deriva dalla somma degli interi, ridotti, gratuiti. Non coincide con il "Totale ingressi complessivi" perché di alcuni musei non è stato possibile identificare gli ingressi secondo le tipologie della tabella.

Fonte: elaborazione OCP su dati EtaBeta e Marca

2000, passando da 7.734 a circa 14.000 nel 2001) e che vengono conteggiati fra i ridotti, sottraendo alle emissioni complessive una quota dei biglietti interi.

Nel 2001 l'andamento delle emissioni con biglietto intero varia molto a seconda del periodo considerato: mentre nel primo semestre (gennaio-giugno) s'individua per ciascun mese un aumento dei biglietti interi rispetto al 2000, che per l'intero periodo si attesta al 9%, nel secondo semestre (luglio-dicembre) ciascun mese registra una flessione, particolarmente accentuata in ottobre (-67%). Il disavanzo complessivo del secondo semestre è nel 2001 di -55% rispetto al 2000, anno in cui il maggior numero di biglietti interi venne emesso nella seconda metà dell'anno.

Anche per i biglietti ridotti e gratuiti è possibile rilevare un andamento delle emissioni molto simile a quello che si è verificato per i biglietti interi, con consistenti diminuzioni nei mesi di settembre e ottobre. Diversamente, rispetto al 2000 si individua un significativo incremento nel mese di luglio per i ridotti (+47%) e nel mese di marzo per i gratuiti (+48%).

Soprattutto per quanto riguarda i biglietti interi, la riduzione nei mesi autunnali in parte trova spiegazione nel calo delle presenze a Torino nel 2001 rispetto al corrispondente periodo del 2000, quando la città ha ospitato i pellegrini e i visitatori giunti in occasione dell'Ostensione della Sindone.

Nel contempo, ha inciso in minor misura nel 2001 l'effetto novità legato alla riapertura del Museo Nazionale del Cinema presso la Mole Antonelliana, che ha totalizzato 25.000 presenze in meno nel 2001 rispetto al 2000 nei soli due mesi di settembre e ottobre.

Musei e beni culturali delle province del Piemonte (1999-2001)

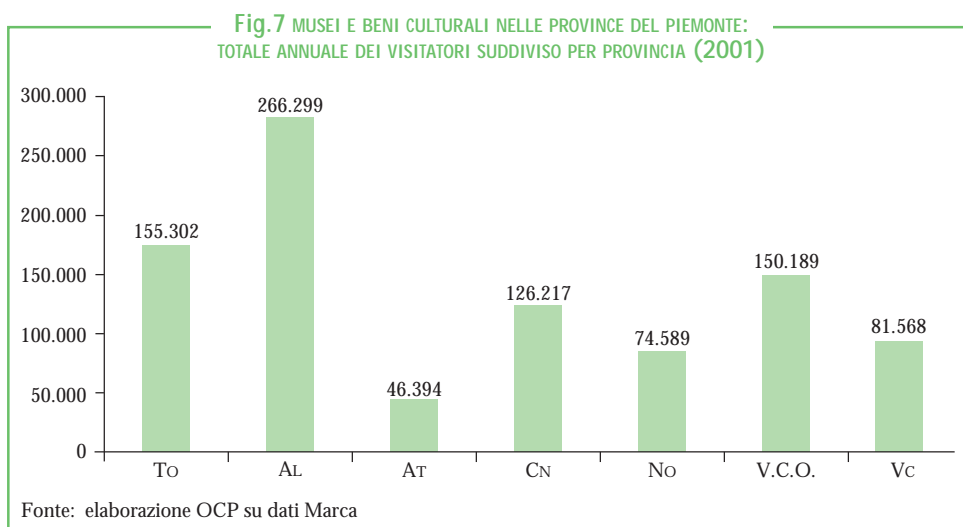
Nei musei e beni culturali delle province piemontesi monitorati dall'OCP nel 2001, ad esclusione di quelli facenti parte del Sistema Museale Metropolitano, sono affluiti complessivamente 900.558 visitatori, corrispondenti al 32,86% del totale regionale e a quasi la metà dei visitatori del Sistema Museale Metropolitano.

Nel 2001 il dato relativo alle affluenze, per i 48 musei confrontabili nel biennio 2000-2001, registra un incremento del 5,42% rispetto allo scorso anno; il confronto con il dato d'afflusso relativo ai 45 musei e beni confrontabili nel triennio 1999-2001 fa registrare un aumento delle visite pari al 3,58% rispetto al 1999.

Alla luce degli incrementi registrati nel 2001 rispetto ai due anni precedenti, si configura per i musei e i beni culturali delle province piemontesi una situazione positiva che può essere considerata in primo luogo come il risultato di una vivace attività espositiva e di un ampliamento dei programmi culturali dei musei stessi. In 14 sedi oggetto del monitoraggio si sono svolte 36 mostre, che hanno totalizzato oltre 117.000 visitatori. Le mostre si sono distribuite nel corso di tutto l'anno, con una maggiore concentrazione nei mesi di aprile e settembre.

Con 38 giorni di apertura, la mostra "Il Quarto Stato e il suo cantiere", svoltasi presso lo Studio Pellizza da Volpedo a Volpedo (AL), è stato l'evento che ha ospitato il maggior numero di visitatori, pari a oltre 50.000 presenze.

Enti pubblici e privati in questi ultimi anni hanno attribuito un'attenzione sempre maggiore ad attività di valorizzazione e promozione rivolte alle istituzioni localizzate al di fuori del Sistema Museale Metropolitano, così come dimostra l'introduzione nel 2001 di "Carta Musei Torino Piemonte", con validità di 30 giorni che ha consentito nel periodo estivo il libero accesso a 70 musei di Torino e del Piemonte. Con l'attivazione di questa tessera le istituzioni, e in particolare l'amministrazione regionale, hanno inteso offrire uno strumento che mira ad intercettare i flussi turistici o di escursionisti sia infra regionali sia extra regionali, ma che può essere utilizzato anche dal pubblico locale, che proprio nel periodo estivo ha maggiore tempo libero a disposizione.



Tab.4 MUSEI E BENI CULTURALI NELLE PROVINCE DEL PIEMONTE¹: VISITATORI (1999-2001)

| PROVINCIA | COMUNE | MUSEI E BENI CULTURALI | MESI | | | VISITATORI | | | VARIAZIONE % | |
|-----------|--|---|------|------|------|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
| | | | 1999 | 2000 | 2001 | 1999 | 2000 | 2001 | 2000- 1999 | 2001- 2000 |
| TO | Buttiglieria Alta | Precettoria Sant'Antonio di Ranverso | 12 | 12 | 12 | 11.409 | 10.752 | 8.544 | -5,76 | -20,54 |
| | Caravino | Castello di Masino | 11 | 11 | 11 | 43.388 | 41.471 | 39.155 | -4,42 | -5,58 |
| | Carmagnola | Museo Civico di Storia Naturale | 1 | 8 | 12 | 56 | 2.584 | 3.968 | | 53,56 |
| | Chieri | Museo Martini di Storia dell'Enologia | 11 | 11 | 11 | 8.569 | 7.934 | 6.269 | -7,41 | -20,99 |
| | Fenestrelle | Forte di Fenestrelle | 12 | 12 | 12 | 13.897 | 15.873 | 29.439 | 14,22 | 85,47 |
| | Pinerolo | Museo Civico d'Arte Preistorica | 12 | 12 | 12 | 4.264 | 3.036 | 8.960 | -28,80 | 195,13 |
| | Pinerolo | Museo dell'Arma di Cavalleria di Pinerolo | 11 | 7 | 12 | 5.919 | 2.070 | 4.869 | -65,03 | 135,22 |
| | Rivara | Castello di Rivara | 11 | 6 | np | 505 | 220 | np | -56,44 | |
| | Santena | Castello Cavour Fondazione Camillo Cavour | 8 | 7 | 10 | 3.795 | 2.486 | 3.365 | -34,49 | 35,36 |
| | Torre Pellice | Museo Storico Valdese | 11 | 12 | 11 | 6.274 | 6.883 | 5.819 | 9,71 | -15,46 |
| | <i>Totale provincia di Torino</i> | <i>10</i> | | | | <i>98.076</i> | <i>93.309</i> | <i>110.388</i> | <i>-4,86</i> | <i>18,30</i> |
| AL | Alessandria | Museo Etnografico "c'era una volta" | 8 | 12 | 12 | 6.834 | 13.216 | 13.991 | 93,39 | 5,86 |
| | Alessandria | Museo Storico della Battaglia di Marengo | 12 | 12 | 12 | 6.304 | 13.974 | 6.149 | 121,67 | -56,00 |
| | Casale Monf. | Museo Civico di Casale Monf. | 12 | 12 | 12 | 8.436 | 4.866 | 4.840 | -42,32 | -0,53 |
| | Gavi | Forte di Gavi | 12 | 12 | 12 | 4.234 | 6.602 | 5.906 | 55,93 | -10,54 |
| | Serralunga di Crea | Sacro Monte di Crea | 12 | 12 | 12 | 164.574 | 185.360 | 182.745 | 12,63 | -1,41 |
| | Volpedo | Studio Pellizza da Volpedo | 12 | 12 | 12 | 1.783 | 2.029 | 52.668 | 13,80 | 2495,76 |
| | <i>Totale provincia di Alessandria</i> | <i>6</i> | | | | <i>192.165</i> | <i>226.047</i> | <i>266.299</i> | <i>17,63</i> | <i>17,81</i> |
| AT | Castelnuovo Don Bosco | Museo Missionario Don Bosco | 12 | 12 | 12 | 30.354 | 31.597 | 27.466 | 4,10 | -13,07 |
| | Cisterna d'Asti | Museo d'Arte e Mestieri di un tempo | 11 | 12 | 12 | 3.504 | 8.154 | 6.273 | 132,71 | -23,07 |
| | <i>Totale provincia di Asti</i> | <i>2</i> | | | | <i>33.858</i> | <i>39.751</i> | <i>33.739</i> | <i>17,41</i> | <i>-15,12</i> |
| BI | Biella | Palazzo Lamarmora | 5 | 2 | np | 5.155 | 264 | np | -94,88 | |
| | <i>Totale provincia di Biella</i> | <i>1</i> | | | | <i>5.155</i> | <i>264</i> | | <i>-94,88</i> | |
| CN | Bra | Museo Civico Craveri di Storia Naturale | 12 | 12 | 10 | 2.576 | 2.110 | 2.240 | -18,09 | 6,16 |
| | Castellar | Museo Aliberti | 8 | 1 | np | 5.187 | 113 | np | -97,82 | |
| | Cuneo | Museo Civico di Cuneo | 12 | 12 | 12 | 7.478 | 5.812 | 6.162 | -22,28 | 6,02 |

Tab.4 (continua)

| PROVINCIA | COMUNE | MUSEI E BENI CULTURALI | MESI | | | VISITATORI | | | VARIAZIONE % | |
|-----------|-------------------------------------|--|------|------|------|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
| | | | 1999 | 2000 | 2001 | 1999 | 2000 | 2001 | 2000 1999 | 2001 2000 |
| | Dronero | Museo Civico Storico Artistico "Mallé" | 7 | 11 | 12 | 135 | 495 | 7.696 | 266,67 | 1454,75 |
| | Govone | Castello Reale di Covone | 5 | 6 | 8 | 2.606 | 4.894 | 6.643 | 87,80 | 35,74 |
| | Grinzane | Castello di Grinzane Cavour | 11 | 11 | 11 | 22.465 | 21.663 | 23.443 | -3,57 | 8,22 |
| | Lagnasco | Castello Marchesi Tapparelli d'Azeglio | 9 | - | - | 1.591 | chiuso | chiuso | | |
| | Manta | Castello della Manta | 11 | 11 | 11 | 21.899 | 21.131 | 21.609 | -3,51 | 2,26 |
| | Revello | Abbazia di Santa Maria di Staffarda | 12 | 12 | 12 | 21.428 | 20.158 | 24.381 | -5,93 | 20,95 |
| | Saliceto | Castello di Saliceto | 7 | 6 | 5 | 1.161 | 625 | 771 | -46,17 | 23,36 |
| | Saluzzo | Museo Civico Casa Cavassa | 12 | 12 | 11 | 13.624 | 14.390 | 12.104 | 5,62 | -15,89 |
| | Savigliano | Museo Civico di Savigliano | 3 | - | - | 94 | chiuso | chiuso | | |
| | Serralunga d'Alba | Castello di Serralunga d'Alba | 12 | 12 | 12 | 26.929 | 21.504 | 20.613 | -20,15 | -4,14 |
| | <i>Totale provincia di Cuneo</i> | <i>13</i> | | | | <i>127.173</i> | <i>112.895</i> | <i>125.662</i> | <i>-11,23</i> | <i>11,31</i> |
| NO | Ameno | Museo Calderara | 6 | 6 | 6 | 1.382 | 1.389 | 1.291 | 0,51 | -7,06 |
| | Novara | Civiche Raccolte di Palazzo del Broletto | 12 | 12 | 12 | 2.758 | 4.040 | 9.137 | 46,48 | 126,16 |
| | Orta San Giulio | Sacro Monte di Orta | 12 | 12 | 12 | 59.715 | 61.845 | 55.390 | 3,57 | -10,44 |
| | <i>Totale provincia di Novara</i> | <i>3</i> | | | | <i>63.855</i> | <i>67.274</i> | <i>65.818</i> | <i>5,35</i> | <i>-2,16</i> |
| V.C.B. | Crodo | Museo di Scienze della Terra "Ubaldo Baroli" | 7 | 1 | np | 198 | 16 | np | -91,92 | |
| | Gignese | Museo dell'Ombrello e del Parasole | 6 | 7 | 7 | 7.532 | 4.811 | 4.554 | -36,13 | -5,34 |
| | Gurro | Museo Civico di Gurro | 12 | np | 12 | 622 | np | 288 | | |
| | Verbania | Giardini di Villa Taranto | 7 | 7 | 7 | 171.400 | 139.871 | 142.704 | -18,39 | 2,03 |
| | Verbania | Museo Storico e Artistico del Verbanio | 7 | 7 | 7 | 4.800 | 2.875 | 2.643 | -40,10 | -8,07 |
| | <i>Totale provincia del V.C.O.</i> | <i>5</i> | | | | <i>184.552</i> | <i>147.573</i> | <i>150.189</i> | <i>-20,04</i> | <i>1,77</i> |
| VC | Albano Vercellese | Museo del Parco delle Lame del Sesia | 5 | np | np | 1.153 | np | np | | |
| | Moncrivello | Castello di Moncrivello | 10 | 10 | 9 | 2.652 | 1.834 | 1.725 | -30,84 | -5,94 |
| | Varallo Sesia | Sacro Monte di Varallo ² | 11 | 12 | 12 | 87.765 | 87.290 | 67.860 | -0,54 | -22,26 |
| | Vercelli | Museo Camillo Leone | 11 | 11 | 12 | 1.957 | 2.084 | 1.735 | 6,49 | -16,75 |
| | Vercelli | Museo Civico Francesco Borgogna | 12 | 12 | 12 | 6.520 | 2.421 | 10.248 | -62,87 | 323,30 |
| | <i>Totale provincia di Vercelli</i> | <i>5</i> | | | | <i>100.047</i> | <i>93.629</i> | <i>81.568</i> | <i>-6,41</i> | <i>-12,88</i> |

Tab.4 (continua)

| PROVINCIA | COMUNE | MUSEI E BENI CULTURALI | MESI | | | VISITATORI | | | VARIAZIONE % | |
|-------------------------------------|----------------|--|------|------|------|----------------|----------------|----------------|--------------|--------------|
| | | | 1999 | 2000 | 2001 | 1999 | 2000 | 2001 | 2000 1999 | 2001 2000 |
| Totale musei monitorati 1999 | | 45 | | | | 804.881 | 780.742 | 833.663 | -3,00 | 6,78 |
| AT | Albugnano | Abbazia di Vezzolano | | 12 | 11 | | 10.550 | 12.655 | | 19,95 |
| NO | Novara | Museo di Storia Naturale "Faraggiana Ferrandi" | | 11 | 12 | | 12.427 | 8.771 | | -29,42 |
| TO | Exilles | Forte di Exilles | | 6 | 12 | | 50.016 | 44.914 | | -10,20 |
| Totale musei monitorati 2000 | | 48 | | | | 853.735 | 900.003 | | | 5,42 |
| CN | Rocca de Baldi | Museo Storico Etnografico "Augusto Doro" | | | 7 | | | 555 | | |
| Totale musei monitorati 2001 | | 49 | | | | | | 900.558 | | |

¹ La provincia di Torino non comprende il Sistema Museale Metropolitan. Si ricorda che in quest'ultimo è inserito parte del circuito delle Residenze Sabaude: Palazzo Reale, Palazzo Madama Torino, la Reggia di Venaria Reale (TO); il Castello di Rivoli (TO); il Castello Reale di Moncalieri (TO); la Palazzina di Caccia di Stupinigi (TO); il Castello Ducale di Agliè (TO) e il Castello Reale di Racconigi (CN).
I dati di tutti i musei non comprendono i partecipanti alle inaugurazioni degli eventi proposti nelle loro sedi con ingresso ad invito.
np= non pervenuto.
² Sacro Monte di Varallo Sesia (VC): i dati sui visitatori sono stime degli organizzatori che effettuano la rilevazione durante il sabato e la domenica.

Fonte: elaborazione OCP su dati Marca ed EtaBeta

A differenza di quanto rilevato per il Sistema Museale Metropolitan, in cui si individuava un unico picco di affluenze nei mesi primaverili, l'andamento mensile delle visite ai musei regionali registra due periodi di maggiore afflusso: uno tra aprile e maggio e l'altro ad agosto e soprattutto a settembre, il mese che con 129.695 ingressi ha registrato la massima affluenza. Aprile e maggio sono i mesi di tradizionale afflusso scolastico, che proprio in questo periodo rappresenta oltre il 20% del totale delle visite dei musei regionali (l'insieme dei musei qui considerato raggruppa tutte le istituzioni che forniscono il dato disaggregato per le utenze scolastiche e che rendono pertanto possibile la statistica).

Sul picco di settembre sembra invece aver influito soprattutto l'attività espositiva: è infatti in questo periodo che si sono svolte le mostre che nel 2001 hanno attirato il numero più consistente di visitatori, basti pensare a "Il Quarto Stato e il suo cantiere" presso lo Studio Pellizza da Volpedo, "Landscapes", una serie di esposizioni fotografiche organizzata in nove sedi²⁵ localizzate nella provincia di Cuneo, "Volti. Da Grosso a Casorati" al Museo Borgogna di Vercelli e "Cinque secoli di rame in cantina" al Castello di Manta. Il periodo autunnale corrisponde, inoltre, al momento dell'anno in cui sul territorio regionale si svolgono numerose manifestazioni che coniugano eventi di carattere strettamente culturale con proposte di carattere enogastronomico (in concomitanza con vendemmia, raccolta tartufi, ecc.).

L'analisi delle affluenze per tipologia di bene consente di rilevare un aumento di pubblico per quasi tutte le categorie comprese nel patrimonio monitorato. Gli incrementi sono stati particolarmente significativi per quanto riguarda le istituzioni museali, che contano nel 2001 211.506 visitatori, il 39,32% in più rispetto all'anno precedente. Per le abbazie si individua una crescita di circa il 10%, mentre castelli, forti e residenze hanno registrato un aumento pari al 4,36%, i parchi del 2%. Diversamente, sono in calo i visitatori dei Sacri Monti per i quali si registra una flessione dell'8,52%: occorre tener presente che nel 2000 questa tipologia di beni era inserita nei "percorsi del Sacro" dei pellegrini in occasione del Giubileo.

²⁵ Le sedi della mostra erano: Museo Mallé di Dronero, ex Convento dei Cappuccini di Caraglio, Chiesa della SS. Trinità di Fossano, Chiesa di S. Maria del Monastero di Manta, Chiesa di S. Croce di Racconigi, Casa Cavassa di Saluzzo, Palazzo Taffini di Savigliano.

Provincia di Alessandria

I visitatori dei sei beni monitorati in provincia di Alessandria nel 2001 sono stati 266.000, pari al 30% del totale regionale ad esclusione del Sistema Museale Metropolitan torinese.

Il Sacro Monte di Crea, che con quasi 183.000 visitatori rappresenta anche nel 2001, come per l'anno precedente, il bene più visitato fra quelli monitorati in regione al di fuori del Sistema Museale Metropolitan, ha segnato una lieve flessione (-1,41%) rispetto allo scorso anno, in cui era però inserito negli itinerari religiosi in occasione del Giubileo e dell'Ostensione della Sindone.

Dal confronto con i dati relativi ai medesimi musei nel 2000 si registra complessivamente un incremento delle affluenze pari al 17,81%, che giunge al 40% se si effettua il confronto 1999-2001. Il segno positivo del 2001 è attribuibile in larga misura al successo di pubblico della mostra "Il Quarto Stato e il suo cantiere", svoltasi presso lo Studio Pellizza da Volpedo, che ha totalizzato oltre 50.000 visitatori in poco più di un mese di apertura. Ad eccezione dello Studio Pellizza da Volpedo di Volpedo e del Museo Etnografico "C'era una volta" di Alessandria, che nel 2001 ha ospitato numerose esposizioni temporanee per un totale di oltre 7.000 presenze, negli altri musei monitorati si riscontrano flessioni.

Provincia di Asti

I tre beni monitorati in provincia di Asti nel 2001 hanno totalizzato 33.739 visite che, escludendo il Sistema Museale Metropolitan di Torino, rappresentano il 5% del totale regionale. Come già nel 2000, il Museo Missionario Don Bosco con oltre 27.000 affluenze è stato il sito maggiormente visitato, pur registrando rispetto allo scorso anno una flessione del 13%. Anche per il Museo Arti e Mestieri di un Tempo di Cisterna d'Asti si rileva una perdita di visitatori rispetto al 2000, pari in questo caso al 23%. Di segno opposto le affluenze all'Abbazia di Vezzolano dove si evidenzia un aumento delle visite che raggiunge quasi il 20% rispetto al 2000. Il confronto sul biennio 2001-2000 per i tre beni monitorati rivela complessivamente una perdita di affluenze di circa il 7% che si fa più accentuata nel confronto 1999-2001 (-15%).

Provincia di Biella

Nel 2001 non sono disponibili i dati di affluenza del bene monitorato (Palazzo Lamarmora).

Provincia di Cuneo

Le 13 strutture monitorate nella provincia di Cuneo²⁶ hanno totalizzato nel 2001 oltre 126.000 presenze, attestandosi sui livelli del 1999. Rispetto al totale regionale, escludendo il Sistema Museale Metropolitan torinese, le affluenze ai 14 beni analizzati rappresentano il 14%. Dal confronto con il 2000 sui dieci beni comparabili, i dati mostrano un incremento del 12% circa, aumento che ha coinvolto quasi tutti i beni analizzati, ad esclusione del Museo Civico Casa Cavassa e del Castello di Serralunga d'Alba.

È da evidenziare il forte incremento di visitatori che ha caratterizzato il Museo Civico Storico Artistico Mallè, che nel 2001 ha realizzato una vivace attività espositiva temporanea: le tre mostre organizzate hanno totalizzato circa 5.000 presenze. Di particolare successo è stata la mostra sulle opere di Mario Sironi che ha richiamato circa 2.700 visitatori.

Provincia di Novara

I quattro beni monitorati in provincia di Novara hanno totalizzato 74.589 visite, pari all'8% del totale regionale ad esclusione del Sistema Museale Metropolitan di Torino, con una riduzione rispetto al 2000 del 6,4%. L'unico caso che nel 2001 presenta segno positivo è rappresentato dalle Civiche Raccolte del Broletto di Novara che vedono aumentare progressivamente il numero di visitatori nel corso del triennio, passando dalle quasi di 3.000 presenze nel 1999, alle oltre 4.000 del 2000 e alle oltre 9.000 del 2001, anno caratterizzato da un'intensa attività espositiva: le otto mostre organizzate hanno attirato complessivamente oltre

²⁶ Si ricorda che il Castello di Racconigi è inserito tra i beni del Sistema Museale Metropolitan di Torino.

5.000 visitatori. Di particolare successo, con quasi 4.000 visitatori, è stata la mostra “Luigi Parzini 1925-1998”.

Provincia di Torino

Il monitoraggio dei beni in provincia di Torino non compresi nel Sistema Museale Metropolitano torinese comprende 11 strutture fra musei e beni culturali: nel 2001 hanno totalizzato oltre 155.000 visitatori, registrando rispetto al 2000, per i dieci beni confrontabili, un incremento dell'8,5%, e del 19% se si considerano, invece, le nove strutture, confrontabili con il 1999. Rispetto al totale delle presenze nei musei e beni localizzati al di fuori del Sistema Museale Metropolitano torinese, la percentuale di visite in provincia di Torino rappresenta il 17%.

Rispetto al 2000 sono cinque i beni che hanno registrato un incremento di pubblico e fra questi sono comprese tutte le tipologie monitorate (musei, castelli, forti).

Il Forte di Exilles, inaugurato nel 2000, è la struttura che ha registrato il maggior numero di visitatori (quasi 45.000 presenze), con una flessione, tuttavia, rispetto allo scorso anno. Il secondo bene più visitato, con poco meno di 40.000 presenze, è il Castello di Masino. Anche per quest'ultimo s'individua un lieve decremento rispetto al 2000. Il Museo d'Arte Preistorica di Pinerolo è l'istituto che ha registrato il maggior incremento di visitatori rispetto al 2000, aumento legato alla realizzazione di due mostre di successo che in poco più di due mesi hanno totalizzato 42.000 presenze.

Provincia del Verbano-Cusio-Ossola

Le quattro strutture della provincia del Verbano-Cusio-Ossola di cui sono disponibili i dati nel 2001 hanno totalizzato 150.189 visitatori, cifra che rispetto al totale regionale rappresenta il 17%.

Un confronto delle affluenze nel biennio 2000-2001 per le tre sedi confrontabili rileva un aumento dell'1,6% legato al segno positivo registrato dai Giardini di Villa Taranto che, con 142.704 visitatori (il 2% in più rispetto al 2000) in sette mesi di apertura, rappresenta il secondo bene più visitato fra le strutture localizzate al di fuori del Sistema Museale Metropolitano.

È da evidenziare che anche il Museo Storico Artistico del Verbano e il Museo dell'Ombrello e del Parasole sono stati aperti per soli sette mesi, da aprile a ottobre.

Provincia di Vercelli

I cinque beni monitorati in provincia di Vercelli hanno totalizzato nel 2001 81.568 presenze, dato che sul totale dei visitatori dei musei e beni localizzati al di fuori del Sistema Museale Metropolitano rappresenta il 9%. Rispetto allo scorso anno, s'individua una riduzione delle visite di circa il 13%: l'andamento negativo riguarda tutti i musei ad eccezione del Museo Borgogna, che è passato dai 2.421 visitatori del 2000 alle oltre 10.000 presenze del 2001. Ha inciso notevolmente sulla performance positiva del museo la mostra “Volti. Da Grosso a Casorati” che in 50 giorni di apertura ha totalizzato oltre 8.000 visitatori.

Circuiti d'arte e cultura in Piemonte

Grazie ad una collaborazione che è andata progressivamente rafforzandosi nel corso degli anni fra i diversi attori coinvolti nella gestione e tutela dei beni architettonici e ambientali, l'offerta culturale piemontese è caratterizzata oggi, oltre che dalla presenza di musei e di attività espositive temporanee, dall'importanza crescente dei circuiti d'arte e cultura e di altre iniziative aventi come obiettivo la promozione e la valorizzazione del patrimonio storico-architettonico diffuso sul territorio. La visita a musei, castelli, ville, chiese è spesso incentivata attraverso eventi che hanno luogo all'interno o nei pressi dei beni – fra cui evocazioni sto-

²⁷ “Castelli Aperti” è sorta nel 1996 per volontà delle amministrazioni provinciali di Alessandria, Asti e Cuneo, della Società Consortile “Langa Monferrato Roero” e del CEGAT (Centro Guide Turistiche).

²⁸ Fra i 65 beni aderenti all’iniziativa tre sono statali: Castello di Racconigi (CN), Castello di Serralunga d’Alba (CN) e Forte di Gavi (AL).

²⁹ I beni aderenti all’iniziativa 2001 “Castelli Aperti” nella provincia di Cuneo sono: Castello dei Conti Cipollini di Alto; Castello dei Marchesi Falletti di Barolo; Palazzo Traversa di Bra; 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 di Serralunga d’Alba; Castello Reale di Carlo Felice di Govone; Castello di Grinzane Cavour; Palazzo Re Rebaudengo di Guarene; Castello Reale di Guarene; 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 Moneglia; Castello di Ponticello d’Alba; i Berroni 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; Castello di Castiglione Falletto; Castello di Prinetto; Forte di Vinadio.

³⁰ I beni aderenti all’iniziativa 2001 di “Castelli Aperti” nella provincia di Alessandria sono: Castello dei Paleologi di Acqui Terme; Castello di Castelnuovo Bormida; Castello di Torre Ratti di Borghetto Borbera; Forte di Gavi, Villa Vidua di Conzano; Castello di Lignano Frassinello; Villa Marengo di Marengo; Castello di Montecastello; Castello di Orsara Bormida; Castello di Novi Ligure; Villa Schella di Ovada; Castello di Piovera; Castello di Prasco; Castello di San Giorgio Monferrato; Giardini di Villa Genova di San Salvatore Monferrato; Castello di Tagliolo

riche, spettacoli, concerti, proposte di percorsi naturalistici ed enogastronomici – che, complessivamente, integrano e arricchiscono la capacità di attrazione dei beni culturali.

Rientrano fra queste iniziative “Castelli Aperti”²⁷, “Città d’Arte a Porte Aperte”, il “Circuito dei Castelli del Canavese” e le molteplici iniziative organizzate dal FAI (Fondo per l’Ambiente Italiano) e dall’Associazione Dimore Storiche Italiane.

Nel 2001 i beni aderenti a “Castelli Aperti” sono stati 65²⁸ – sei in più rispetto alla scorsa edizione – di cui 44 castelli, 12 fra ville e palazzi e 9 fra forti, giardini, torri e altri beni culturali. L’iniziativa, che si svolge tra maggio e ottobre, ha totalizzato 235.928 presenze, di cui 117.932 in provincia di Cuneo, dove hanno sede 31 beni²⁹ fra cui il Castello di Racconigi; 36.132 sono state le visite ai 21 beni³⁰ localizzati in provincia di Alessandria e 20.973 quelle ai 13 beni della provincia di Asti³¹.

Il “Circuito dei Castelli del Canavese”³², monitorato nel periodo giugno-ottobre, ha registrato complessivamente oltre 52.000 visite, concentrate prevalentemente nel mese di maggio.

Lo stesso tipo di formula, che prevede sia l’apertura al pubblico dei beni normalmente chiusi o con accessibilità limitata, sia la realizzazione di iniziative collaterali quali concerti, mostre, manifestazioni enogastronomiche, è adottata da “Città d’Arte a Porte Aperte”, circuito culturale promosso da aprile a ottobre dalla provincia di Torino, che ha messo a disposizione nel 2001 anche una navetta di collegamento tra i comuni interessati.

Nella stessa direzione vanno inoltre le iniziative “Rivelazioni Barocche” promossa dall’Associazione Torino Città Capitale e dalla Società Piemontese di Archeologia e Belle Arti che, tra agosto e novembre, propone itinerari legati alla cultura barocca di Torino, e “Torino Porte Aperte” che intende far conoscere al pubblico i monumenti adottati dai bambini e dai ragazzi delle scuole torinesi. La proposta comprendeva nel 2001, oltre alle manifestazioni e alle visite ai beni, anche il servizio di Touristibus e l’ingresso gratuito al Museo Pietro Micca.

Ai circuiti d’arte e cultura promossi dalle amministrazioni locali si affiancano altre iniziative di soggetti quali il FAI che nel 2001 ha organizzato all’interno delle sue proprietà piemontesi³³ 13 eventi tra mercati, animazioni, esposizioni di oggetti pregiati, e l’Associazione Dimore Storiche Italiane, attiva nell’organizzazione di aperture speciali ed eventi culturali, alla quale aderiscono in Piemonte 12 beni³⁴.

L’affluenza scolastica nei beni culturali piemontesi

L’analisi dell’affluenza scolastica è stata effettuata in 46 musei piemontesi che raccolgono i dati disaggregati, evidenziando questa tipologia di utenza tra le altre modalità d’ingresso: nell’insieme si contano 20 musei appartenenti al Sistema Museale Metropolitan e 26 musei localizzati nel resto del Piemonte.

Complessivamente, gli studenti che nel 2001 hanno visitato i 46 musei sono stati 294.696, circa il 3% in più rispetto al 2000. Rispetto al totale delle affluenze nei 46 musei monitorati, la scolastica rappresenta il 22,69%, con un’incidenza percentuale sul totale di poco inferiore rispetto a quella registrata nel 2000 e nel 1999.

L’affluenza scolastica registrata nei musei del Sistema Museale Metropolitan rappresenta il 77,28% del totale regionale.

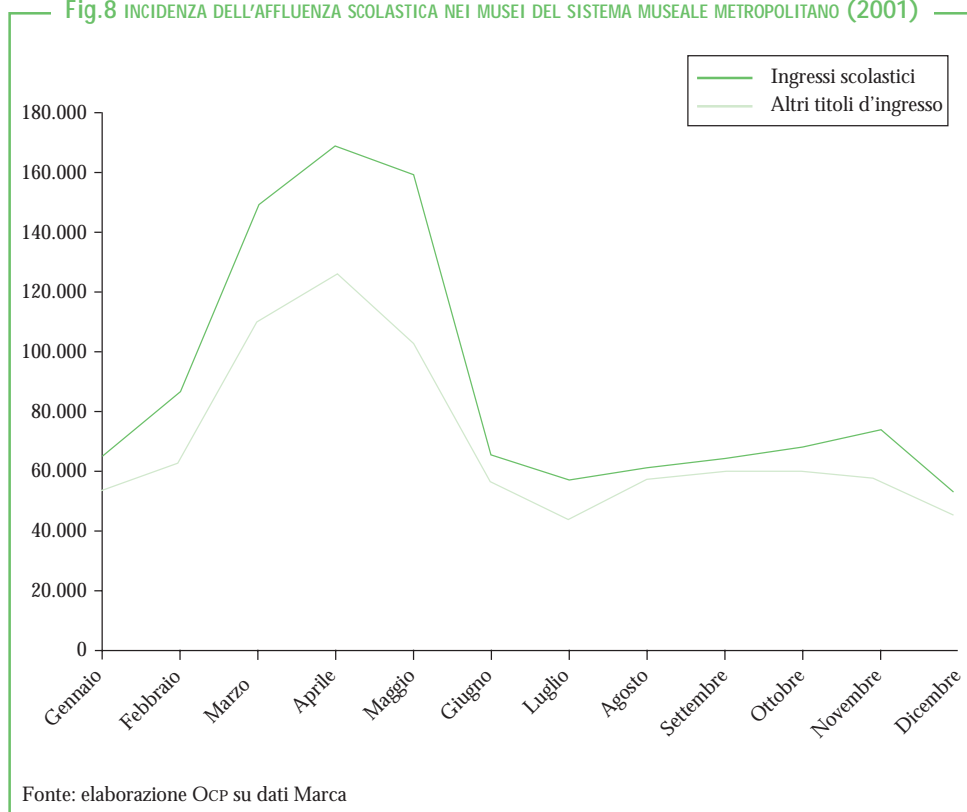
L’interesse e l’impegno da parte delle istituzioni museali nello sviluppare attività didattiche rivolte alle scuole e alle fasce più giovani della popolazione rappresenta indubbiamente uno degli elementi di maggior dinamismo dei musei e dei beni culturali in questi ultimi anni³⁵. Attraverso programmi realizzati specificatamente per questa tipologia di utenza, le scuole e, in generale, il pubblico più giovane trovano nell’offerta museale torinese un’interessante modo per differenziare e integrare l’attività formativa. Gli sforzi compiuti dalle istituzioni museali sembrano aver avuto un riscontro positivo da parte del pubblico scolastico che diviene un segmento sempre più significativo della domanda museale in regione: rispetto ai

visitatori complessivi afflitti ai 20 musei del Sistema Museale Metropolitano di cui si dispone di dati disaggregati per affluenza scolastica, la percentuale degli studenti nel 2001 rappresenta il 27%, raggiungendo il picco di massima nel mese di maggio (42%) e registrando una costante dinamica di crescita sugli anni precedenti (era il 23,6% nel 1999 e il 26,7% nel 2000).

I musei più visitati dalle scuole, fra quelli che rendono disponibili i dati delle affluenze scolastiche, sono il Castello di Rivoli - Museo d'Arte Contemporanea, con 31.322 studenti, la Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea con 30.274 visite, "R come... conoscere e giocare con i rifiuti", che è stato visitato da 20.541 studenti (oltre il 97% delle visite complessive del museo) e Borgo e Rocca Medioevale, con 20.410 visite.

Per quanto riguarda i 26 musei localizzati nel resto del Piemonte che disaggregano il pubblico scolastico dalle altre modalità d'ingresso, nel 2001 gli studenti rappresentano il 14,69% del totale dei visitatori, con un assestamento sui livelli del 2000. È nei mesi di aprile e di maggio che si registra il maggior numero di visite. Fra i musei e beni culturali maggiormente visitati da questo tipo di utenza vi sono l'Abbazia di Staffarda con 11.668 studenti e il Castello di Manta con 5.312 visite, seguiti dai giardini di Villa Taranto, dal Museo Civico d'Arte Preistorica di Pinerolo, dal Museo Etnografico "C'era una volta" che registrano ciascuno fra le 4.000 e 5.000 presenze.

Fig.8 INCIDENZA DELL'AFFLUENZA SCOLASTICA NEI MUSEI DEL SISTEMA MUSEALE METROPOLITANO (2001)



Monferrato; Palazzo Callori di Vignale Monferrato; Castello di Montiglio.

³¹ I beni aderenti all'iniziativa 2001 "Castelli Aperti" nella provincia di Asti sono: Castello Medioevale di Cisterna d'Asti; Castell'Alfero; Castello di Monastero Bormida; Castello di Moncucco Torinese; Castello di Montiglio Monferrato; Castello di Piea; Castello di Rincio; Castello di San Marzano Oliveto; Castello di Soglio.

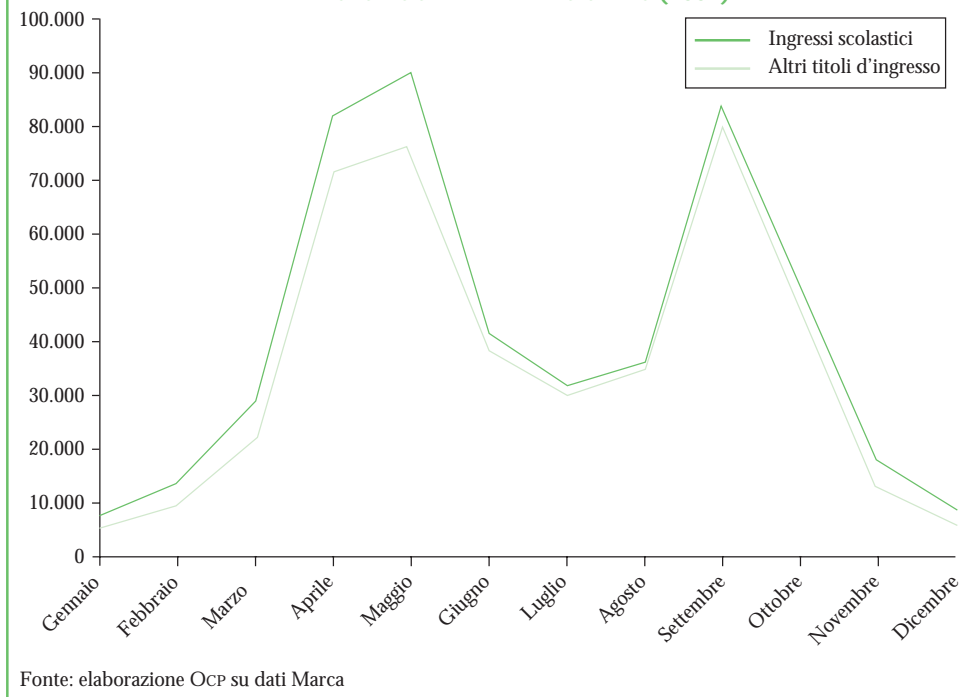
³² Le strutture aderenti al circuito sono: Castello di Borgomasino; Castello di Ivrea; Castello di Mazze; Castello di Moncrivello; Castello di Parella; Castello di Rivara; Castello di Rivarolo; Castello di San Giorgio; Complesso Abbaziale di Montanaro; Castello e Chiesa di San Giorgio in Valperga; Castello di Foglizzo; Castello di Strambino; Castello dei Biandrate; Castello Malgrà; Castello di Montalto; Castello San Giuseppe; Castello di Pavone.

³³ Le proprietà del FAI in Piemonte sono il Castello di Masino a Caravino, in provincia di Torino, e il Castello di Manta, in provincia di Cuneo.

³⁴ I beni aderenti all'ADSI sono in Piemonte: il Castello di Piovera, il Castello di Prasco dei Conti Galesio-Piuma, il Castello di Salabue per quanto riguarda la provincia di Alessandria, il Castello di Montiglio 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 Luicedio e il Castello di Moncrivello in provincia di Vercelli.

³⁵ Nel 1999 è stato siglato un protocollo d'intesa fra Città di Torino, Provveditorato agli Studi e IRRE Piemonte, finalizzato al consolidamento del rapporto fra la scuola e i musei. Per l'anno scolastico 2001/2002 i musei coinvolti sono stati: Museo d'Arte Contemporanea - Castello di Rivoli, Museo di Antichità, Museo di Arti Decorative - Fondazione Accorsi, "R come...", Borgo e Rocca Medioevale, Museo Nazionale dell'Automobile.

Fig.9 INCIDENZA DELL'AFFLUENZA SCOLASTICA NEI MUSEI DEL TERRITORIO REGIONALE EXTRA METROPOLITANO (2001)



1.2 ABBONAMENTO MUSEI, CARTA MUSEI E CARTA MUSEI TORINO-PIEMONTE 2001

Le tessere di libero accesso ai musei, introdotte nel 1995 a Torino e successivamente estese all'intero Sistema Museale Metropolitano, dal 2001 hanno compreso enti ed istituzioni dell'intero territorio regionale piemontese. Esse rappresentano il risultato visibile di una politica di concertazione e collaborazione fra le istituzioni che, proprio attraverso tali strumenti, ha favorito lo sviluppo di un'offerta museale più attrattiva, integrata e riconoscibile.

Il progetto, gestito dall'Associazione Torino Città Capitale Europea³⁶, ha attivato nel 2001 quattro tipi di tessere: l'Abbonamento Musei, della durata di un anno, prevalentemente diretto al pubblico residente; la Carta Musei e la Torino Card³⁷, della validità di 48 ore, indirizzate ad un pubblico turistico e la Carta Musei Torino-Piemonte, progetto sperimentale di estensione ai musei del territorio regionale, nata nel luglio 2001, della durata di 30 giorni, indirizzata sia ad un pubblico residente sia ad un uso turistico infra ed extra regionale.

I possessori delle tessere di libero accesso nel 2001 hanno effettuato complessivamente nei beni aderenti ai circuiti oltre 147.935 visite, pari al 5% del totale delle visite nei musei piemontesi dell'anno; se si considerano, inoltre, le sole visite effettuate nei beni del Sistema Museale Metropolitano l'incidenza di carte e abbonamento sale a circa l'8%.

I risultati dell'Abbonamento, il cui obiettivo principale consiste nel fidelizzare e nell'indurre ad una frequentazione più assidua il pubblico residente, sembrano dimostrare come attraverso tale strumento si sia stabilito un legame sempre più forte negli anni tra l'offerta culturale torinese ed il suo pubblico di riferimento, che corrisponde all'utenza dei frequentatori più assidui e abituali dei musei. Nel 2001 sono stati complessivamente venduti 13.973 abbonamenti annuali, per un totale di 111.530 visite; ogni abbonato ha effettuato con la propria tessera in media otto visite nei musei aderenti al circuito. L'incremento di vendita dell'abbonamento è sicuramente l'elemento principale da sottolineare: le tessere vendute nel 2001 sono state quasi il doppio rispetto a quelle dell'anno precedente, già nettamente in crescita rispetto al 1999, così come è aumentato anche l'utilizzo medio della tessera, che è passato dalle quasi quattro volte del 1999 alle otto registrate lo scorso anno. Ciò dimostra che si trat-

Tab.5 ABBONAMENTO MUSEI: CONFRONTO DELLE PROFESSIONI (1999-2001)

| | 1999 | | 2000 | | 2001 | | VAR. % 2000- 1999 | VAR. % 2001- 2000 |
|----------------|--------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|-------------------------|-------------------------|
| | VAL. ASS. | VAL. REL. | VAL. ASS. | VAL. REL. | VAL. ASS. | VAL. REL. | | |
| Studente | 2.314 | 41,26 | 2.276 | 30,21 | 3.450 | 25,96 | -1,64 | 51,58 |
| Impiegato | 886 | 15,80 | 1.642 | 21,79 | 2.651 | 19,95 | 85,33 | 61,45 |
| Pensionato | 721 | 12,86 | 1.145 | 15,20 | 2.235 | 16,82 | 58,81 | 95,20 |
| Ceti superiori | 693 | 12,36 | 1.023 | 13,58 | 1.880 | 14,14 | 47,62 | 83,77 |
| Insegnante | 262 | 4,67 | 480 | 6,37 | 837 | 6,30 | 83,21 | 74,38 |
| Casalinga | 220 | 3,92 | 377 | 5,00 | 714 | 5,37 | 71,36 | 89,39 |
| N.R.* | 145 | 2,59 | 146 | 1,94 | 592 | 4,46 | 0,69 | 305,48 |
| Artigiano | 45 | 0,80 | 77 | 1,02 | 280 | 2,11 | 71,11 | 263,64 |
| Operaio | 47 | 0,84 | 73 | 0,97 | 174 | 1,31 | 55,32 | 138,36 |
| Artista | 52 | 0,93 | 87 | 1,15 | 168 | 1,26 | 67,31 | 93,10 |
| Commerciante | 80 | 1,43 | 168 | 2,23 | 163 | 1,23 | 110,00 | -2,98 |
| Altro | 127 | 2,26 | 15 | 0,20 | 114 | 0,86 | -88,19 | 660,00 |
| Disoccupato | 16 | 0,29 | 26 | 0,35 | 30 | 0,23 | 62,50 | 15,38 |
| Totale | 5.608 | 100,00 | 7.535 | 100,00 | 13.288 | 100,00 | 34,36 | 76,35 |

* Non risponde.

Fonte: Associazione Torino Città Capitale Europea

³⁶ L'Associazione Torino Città Capitale Europea ha fornito i dati qui presentati.

³⁷ Dal 2002 la Carta Musei e la Torino Card verranno unificate, offrendo l'accesso gratuito ai musei e ai mezzi pubblici ed una serie di altre riduzioni e facilitazioni a consumi culturali di diverso tipo. La Torino Card è gestita congiuntamente da Turismo Torino e dall'Associazione Torino Città Capitale Europea.

³⁸ I dati analizzati si riferiscono a 13.288 schede compilate correttamente.

³⁹ Ad oggi gli over 65 costituiscono complessivamente il 13% del totale degli abbonati.

⁴⁰ Il 93,5% del pubblico è composto da residenti a Torino e provincia.

⁴¹ La mostra "Da Renoir a Picasso" si è svolta dal 14 marzo al 10 giugno 2001.

⁴² La mostra "Espressionismo. Presenza della pittura in Germania 1900-2000" si è svolta dal 25 ottobre al 27 gennaio 2002.

⁴³ Sono inclusi i musei: GAM (compresa la sede decentrata di Villa Remmert e la Promotrice di Belle Arti, qualora sede di mostre organizzate dalla GAM), Fondazione Palazzo Bricherasio, Fondazione Italiana per la Fotografia, Museo Nazionale del Cinema - Mole Antonelliana, Castello di Rivoli - Museo d'Arte Contemporanea, Museo dell'Automobile "Carlo Biscaretti di Ruffia", Museo Nazionale della Montagna "Duca degli Abruzzi", Fondazione Re Rebaudengo per l'Arte Contemporanea, Palazzo Cavour.

⁴⁴ Sono inclusi i musei: Museo Egizio, Fondazione Palazzo Bricherasio, Museo Nazionale del Cinema - Mole Antonelliana, Galleria Sabauda, Museo di Arti Decorative Fondazione Accorsi, Palazzo Reale, Museo Nazionale del Risorgimento, Museo di Antichità, Armeria Reale, Museo Regionale di Scienze Naturali, Pinacoteca dell'Accademia Albertina delle Belle Arti, Palazzo Cavour, Museo Civico d'Arte Antica Palazzo Madama.

⁴⁵ Il periodo luglio-novembre 2001 corrisponde al periodo di attivazione della Carta Musei Torino-Piemonte.

ta non solo di un pubblico ormai fidelizzato (il 53% degli abbonati nel 2000 ha rinnovato l'abbonamento nel 2001), ma di un'utenza estremamente attenta all'offerta cittadina di eventi culturali. Le mostre continuano, infatti, a rappresentare i principali momenti di consumo culturale per questa tipologia d'utenza.

L'analisi delle schede anagrafiche, compilate dagli utenti al momento dell'acquisto della tessera³⁸, mostra che l'età media degli abbonati 2001 è di 42 anni, con una lieve prevalenza delle donne sugli uomini (55% donne, 45% uomini). La tessera si pone come una fondamentale porta d'accesso ai beni culturali per un pubblico in età lavorativa. È in costante aumento il pubblico più anziano³⁹, che costituisce una quota di cittadini sempre più elevata ed in continua crescita. Per tale ragione, una politica più specificatamente diretta a questo segmento di pubblico potrebbe rendere la diffusione della tessera sempre più capillare sul territorio provinciale⁴⁰.

L'utenza dell'abbonamento è principalmente costituita da studenti, impiegati, pensionati e liberi professionisti e sembra delinearsi la tendenza, già rilevata nell'analisi dei dati 2000, ad una maggiore diffusione della tessera tra tutte le categorie professionali: gli studenti, che comunque costituiscono la categoria più rappresentata, sono percentualmente sempre meno incidenti sul totale.

Quasi un quarto degli abbonamenti del 2001 sono stati venduti presso la Vetrina per Torino, che sembra essere la porta privilegiata di accesso ai musei del circuito. Nei 34 musei e beni, presso i quali era possibile acquistare le tessere, sono stati complessivamente venduti il 52% degli abbonamenti (la restante quota si suddivide nei punti informativi cittadini: Turismo Torino, Vetrina per Torino, Antichi Chiostri). Sono soprattutto i musei di arte contemporanea di Torino le sedi nelle quali si sono venduti più abbonamenti - soprattutto la GAM, ma anche la Fondazione Palazzo Bricherasio, il Museo Nazionale del Cinema e il Castello di Rivoli.

È stata la Fondazione Palazzo Bricherasio, nel 2001, la sede espositiva più visitata, con quasi 20.000 visite, il doppio dell'anno precedente; le affluenze maggiori si sono registrate soprattutto nei mesi di marzo e novembre, in coincidenza con le mostre "Da Renoir a Picasso"⁴¹ e "Espressionismo. Presenza della pittura in Germania 1900-2000"⁴². I musei più visitati, dopo Palazzo Bricherasio, sono stati la GAM, il Museo Nazionale del Cinema e la Fondazione Italiana per la Fotografia.

Il circuito di arte contemporanea⁴³ ha attirato il maggior numero di visitatori (circa 64.000), mentre i musei dell'area centrale di Torino⁴⁴, che comprendono alcuni musei già conteggiati come circuito di arte contemporanea, hanno raggiunto complessivamente quota 56.500 visite.

Il pubblico della Carta Musei ha mostrato un comportamento di acquisto e di consumo diverso rispetto a quello dell'Abbonamento. Oltre il 28% delle 4.780 tessere distribuite sono state vendute presso i punti informativi di Turismo Torino, il 48% nei diversi musei aderenti al circuito, principalmente presso il Museo Nazionale del Cinema - Mole Antonelliana, il Museo del Risorgimento, il Museo Egizio. Gli utenti della Carta, sommati a quelli della Torino Card, hanno complessivamente effettuato poco più di 28.000 visite. Il maggior numero di visite si è registrato per l'ascensore panoramico della Mole Antonelliana, seguito dal Museo Nazionale del Cinema, dal Museo Egizio e da Palazzo Reale. Il maggior utilizzo delle tessere è stato registrato nei mesi di aprile e agosto. Ogni utente della Carta ha effettuato in media quattro visite nelle 48 ore di validità della tessera e, anche in questo caso, si segnala un forte aumento dell'utilizzo medio rispetto al 2000. Queste scelte mostrano come si tratti principalmente di un pubblico di turisti, che effettua le proprie visite nell'ambito dei beni più conosciuti e più centrali di Torino.

Il progetto sperimentale Carta Musei Torino-Piemonte è nato nel luglio 2001. Sono state vendute da luglio a ottobre⁴⁵ circa 1.300 tessere per un totale di oltre 8.000 visite, con una media di 6,3 visite per acquirente, la metà delle quali effettuate nel mese di agosto. L'assoluta maggioranza delle visite è stata effettuata a Torino e negli immediati dintorni, con le stesse preferenze degli acquirenti della Carta Musei. Le scelte degli utenti che hanno visitato altri beni si indirizzano verso il circuito delle Residenze Sabaude e dei castelli, mentre è risultata minore l'attrazione da parte dei musei delle altre province piemontesi.

L'offerta museale regionale risulta potenziata e strutturata in "sistemi", grazie anche alla diffusione sempre maggiore delle diverse tessere d'ingresso che comunicano l'intero ventaglio di opportunità all'utente. L'abbonamento ha raggiunto il suo obiettivo di fidelizzare un pubblico di alti consumatori culturali; la Carta Musei, diretta ai turisti a Torino, ha visto un aumento di oltre il 10% delle visite effettuate; la Carta Torino-Piemonte, introdotta nel 2001 in termini sperimentali, "apre" all'intero sistema museale regionale ed appare diretta ad un pubblico che predilige percorsi turistici da ripetere nell'arco delle settimane, o maggiormente prolungati nel tempo rispetto alla Carta Musei. Proprio queste tessere rappresentano uno degli elementi che consentono di far "emergere" i diversi circuiti, su base sia tipologica sia territoriale, ben caratterizzati ed individuabili: il circuito torinese dell'arte contemporanea, i musei dell'area centrale di Torino, le Residenze Sabaude, i castelli e le fortificazioni. Lo sviluppo delle tessere dirette ai turisti potrebbe essere legato in futuro alla creazione di pacchetti turistici integrati, che prevedano per esempio l'accesso gratuito ai musei e ai trasporti, implementando e promuovendo i circuiti che già oggi incontrano le preferenze del pubblico. Esperienze analoghe di valorizzazione dei beni culturali e di incremento dell'accessibilità ai musei tramite tessere d'ingresso ed abbonamenti si vanno diffondendo in Italia, anche a seguito delle esperienze di Torino e Piemonte che si sono collocate tra le iniziative pilota. È, ad esempio, il caso della Napoli Arte Card, che lega l'accesso libero o ridotto a sei musei e ai trasporti cittadini. Iniziative simili sono anche quelle promosse dal Comune di Bologna, che ha attivato una tessera di validità annuale e due diversi biglietti, uno della durata di un giorno e uno di tre giorni, che permettono l'accesso ad un sistema di 34 musei; la Padovacard, una carta che consente l'accesso agevolato, libero o ridotto, per visitare i luoghi più significativi della città e della provincia di Padova, con un pacchetto di servizi integrati. Nella stessa direzione vanno inoltre le Card Musei di Genova, di diversa durata, che prevedono l'accesso libero a 20 musei cittadini (visitabili, a seconda della carta, una o due volte) e una riduzione per accedere ad altre otto strutture a Genova e provincia. Anche il comune di Trieste ha attivato una tessera, valevole un anno, che permette 20 ingressi liberi nei musei civici cittadini e biglietti ridotti in altre sedi convenzionate. La particolarità di questo abbonamento è che non si tratta di una tessera nominativa ed è quindi fruibile da più persone.

1.3 MOSTRE

Uno sguardo oltre regione

Nel 2001 i visitatori delle 283 mostre europee che hanno superato le 13.000 presenze sono stati quasi 25 milioni. Il dato, pubblicato dal "Giornale dell'Arte"⁴⁶, mostra come, rispetto al 2000, sia aumentato del 15% il numero di mostre che hanno attirato oltre 50.000 visitatori e del 12% le presenze complessive⁴⁷.

L'Italia è stata, come lo scorso anno, ma in misura ancora superiore, la nazione con il maggior numero di eventi organizzati e di visitatori, seguita in classifica dalla Gran Bretagna; tuttavia, mentre il peso dell'Italia aumenta considerevolmente – il 44% del totale dei visitatori ha visto una mostra italiana, contro il 31% dello scorso anno – quello della Gran Bretagna diminuisce – 18% dei visitatori totali nel 2001 contro il 20% dell'anno precedente.

La Danimarca e l'Irlanda sono stati i paesi con gli incrementi percentuali maggiori rispetto all'anno scorso sia per ciò che concerne il numero di eventi organizzati, sia per il numero complessivo di visitatori, mentre Svizzera, Svezia e Spagna sono le nazioni che mostrano le maggiori contrazioni in termini di pubblico⁴⁸. La Spagna, che lo scorso anno aveva totalizzato oltre tre milioni di visitatori – grazie anche al forte impatto degli eventi organizzati dal Guggenheim di Bilbao – mostra la diminuzione più incisiva in termini di visitatori, pari ad oltre 1,8 milioni di presenze in meno.

Occorre peraltro rilevare come nel corso del 2001 in Europa si sia attenuata una tendenza al "gigantismo" degli eventi espositivi: sono meno numerose le mostre in grado di attrarre diverse centinaia di migliaia di visitatori. Nonostante le presenze siano complessivamente aumentate rispetto al 2000, sono diminuiti gli eventi che hanno totalizzato oltre 300.000 visitatori: nel 2000 se ne contavano dodici, nel 2001 nove, di cui ben quattro hanno avuto luogo in Italia (a Roma, a Firenze e a Venezia) e due al Museo Guggenheim di Bilbao. Sono state 18 le mostre che hanno totalizzato tra le 200.000 e le 300.000 presenze, di cui sette in Italia; 51 tra i 100.000 e i 200.000 visitatori, di cui 17 in Italia; ed infine 205 le mostre con meno di 100.000 visitatori censite in Europa, di cui ben 94 in Italia.

Proprio le mostre comprese nelle fasce dimensionali medie e medio-piccole mostrano incrementi significativi quanto a numerosità e dimensione dei visitatori complessivamente affluti. Se si sposta l'attenzione dalle nazioni alle principali città europee, è possibile rilevare come nel 2001 sia stata Londra la città con il maggior numero di eventi organizzati (55 contro i 23 di Roma e i 14 di Parigi), mentre è Roma quella che ha ospitato la mostra più visitata dell'anno, "Sangue e Arena", tenuta all'interno del Colosseo nel secondo semestre dell'anno per un totale di oltre 1,4 milioni di presenze, pari ad una media giornaliera di circa 7.000 visitatori.

A livello nazionale, le mostre con oltre 13.000 visitatori sono state 121, per un totale di presenze superiore a 10,8 milioni. Complessivamente, in Italia i visitatori sono aumentati di oltre tre milioni, ma l'incremento non ha caratterizzato omogeneamente tutte le regioni: il maggior numero di mostre e di visitatori spetta al Lazio; seguono la Toscana, il Veneto e la Lombardia. Il Piemonte, dai dati presentati dal "Giornale dell'Arte", risulta al quinto posto, con il 4,93% dei visitatori totali, in aumento di quasi il 47% rispetto al 2000. Toscana, Lazio e Veneto, che hanno ospitato nelle città d'arte per eccellenza le mostre più visitate dell'anno ("Sangue e Arena" a Roma, "I Medici e la scienza" e "La musica alla corte dei Granduchi" a Firenze, "Etruschi" a Venezia) registrano gli incrementi maggiori, pari ad oltre un milione di presenze per ciascuna regione. Lombardia, Friuli-Venezia Giulia e Trentino-Alto Adige mostrano invece flessioni significative in termini di pubblico.

Rispetto al 2000 diventa più rilevante il peso dei capoluoghi regionali sulla provincia: l'87% dei visitatori del 2001 si è concentrato nei capoluoghi, a fronte del 74% dell'anno precedente. Roma, Firenze, Venezia registrano i maggiori incrementi di pubblico, seguite da Milano e Torino, e sono state le sedi delle mostre più frequentate, mentre Trento, Trieste e Genova

⁴⁶ *L'Oscar del pubblico al Gladiatore e a Guerre Stellari. La classifica internazionale del Giornale dell'Arte delle mostre più viste del 2001*, in "Il Giornale dell'Arte", n. 207, febbraio 2002, pp. 22-26.

⁴⁷ Per la comparabilità dei dati sono state escluse dalle elaborazioni del 2000, pubblicate lo scorso anno, tutte le mostre che hanno totalizzato meno di 13.000 visitatori.

⁴⁸ È da sottolineare che questi dati sono relativi alle sole mostre che hanno realizzato più di 13.000 visitatori.

mostrano segni di flessione rispetto all'anno precedente. Sono Bologna, Palermo e Milano i capoluoghi meno "polarizzanti" rispetto al totale della regione, segno di un'attività più diffusa sul territorio regionale e di una "multipolarità" nell'offerta di mostre in importanti città d'arte, si pensi a Ferrara e Rimini per l'Emilia-Romagna, a Catania per la Sicilia, a Mantova, Brescia e Cremona per la Lombardia.

A Torino si sono concentrati, sempre secondo la classifica del "Giornale dell'Arte", il 91,6% dei visitatori regionali (tenendo sempre conto dei soli eventi con più di 13.000 visitatori) e le mostre segnalate comprendono "Da Renoir a Picasso" e "La Regina di Saba" a Palazzo Bricherasio, "Paul Klee", "Angelo Morbelli" e "Mimmo Jodice" alla Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea, "Dal Gotico al Rinascimento" a Palazzo Madama, "Infanzie" a Palazzo Cavour e "Fragili lussi. Porcellane di Meissen" al Museo di Arti Decorative Fondazione Accorsi.

Le mostre in Piemonte

Conformemente alla tendenza europea e nazionale, anche in Piemonte l'attività espositiva temporanea sembra assumere un peso sempre maggiore nell'offerta culturale; le mostre monitorate su tutto il territorio regionale nel 2001 sono state 157, 31 in più rispetto all'anno precedente. È al tempo stesso da rilevare come all'impegno da parte di musei e beni culturali nell'organizzare l'attività espositiva temporanea, faccia riscontro un più vivo interesse da parte del pubblico, cresciuto nel 2001 del 37% rispetto all'anno precedente: quasi 1.411.000 sono state le affluenze ai beni e ai musei nell'intera regione in occasione di mostre, contro 1.030.344 presenze registrate nel 2000. Tale aumento risulta molto consistente per quanto riguarda le mostre organizzate dai musei e dai beni al di fuori del Sistema Museale Metropolitano, il cui dato di affluenza rispetto al 2000 è più che raddoppiato, mentre le presenze in occasione di mostre all'interno del Sistema Museale Metropolitano torinese evidenziano un incremento del 25%.

Nonostante l'impossibilità di costruire una statistica d'affluenza alle mostre distinta e non sovrapposta al pubblico dei musei e dei beni, i dati a disposizione consentono di cogliere le dimensioni del fenomeno e, almeno per quanto riguarda gli ultimi due anni, suggeriscono che anche in assenza di eventi di dimensioni eccezionali le affluenze ai musei e beni in occasione di mostre rappresentano una componente della domanda sempre più significativa.

Rispetto alla programmazione di *blockbuster*, sembra aver prevalso nel 2001, come anche l'anno precedente, un'offerta ricca e differenziata di eventi diffusi sul territorio, comunque in grado di attrarre un numero di visitatori di tutto rilievo.

In linea con le risultanze europee dell'anno scorso, in cui sembrano diminuire i grandi eventi ma nel contempo risultano in aumento le mostre in grado di attirare – nel loro insieme e nella loro articolazione – un maggior numero di visitatori, nel Sistema Museale Metropolitano torinese sono aumentate rispetto al 2000 sia le mostre con oltre 50.000 visitatori sia quelle che hanno registrato un numero di presenze compreso tra le 25.000 e le 50.000 unità.

Se vi è infatti una sola mostra che conta più di 100.000 visitatori ("Arte povera in collezione", tenutasi al Castello di Rivoli - Museo di Arte Contemporanea tra dicembre 2000 e dicembre 2001), quattro, contro le due del 2000, sono le esposizioni temporanee che hanno registrato un numero di presenze che va dalle 51.000 alle quasi 80.000:

- "Da Renoir a Picasso. Un secolo d'arte al Petit Palais di Ginevra" ospitata a Palazzo Bricherasio, che in 104 giorni di apertura ha contato 70.799 visitatori, con una media giornaliera di 681 presenze;
- "La Trasmissione dei pensieri. Odissea nella comunicazione", edizione 2001 di Experimenta, che ha registrato circa 70.000 presenze in 116 giorni, con una media di 603 visitatori al giorno;

Tab.6 MOSTRE OSPITATE NEI MUSEI E BENI DEL SISTEMA MUSEALE METROPOLITANO
MONITORATI DALL'OCF E IN ALTRE SEDI TORINESI (2001)

| CITTÀ | SEDE | MOSTRA | PERIODO | | TOTALE VISITATORI COMPLESSIVI | TOTALE VISITATORI 2001 |
|-----------|---|---|------------|------------|-------------------------------------|------------------------------|
| | | | INIZIO | TERMINE | | |
| Rivoli | Castello di Rivoli | Arte povera in collezione | 6-12-2000 | 2-12-2001 | 107.307 | 100.396 |
| Torino | Palazzo Bricherasio | Da Renoir a Picasso. Un secolo d'arte al Petit Palais di Ginevra | 14-03-2001 | 24-06-2001 | 70.799 | 70.799 |
| Torino | GAM | Paul Klee | 26-10-2000 | 21-01-2001 | 60.789 | 15.612 |
| Torino | GAM | Avvistamenti: Pedro Cabrita Reis ¹ | 25-11-2000 | 21-01-2001 | - | - |
| Rivoli | Castello di Rivoli | Armando Testa | 20-02-2001 | 13-05-2001 | 51.428 | 51.428 |
| Torino | Palazzo Bricherasio | La Regina di Saba | 27-09-2000 | 7-01-2001 | 48.908 | 7.410 |
| Torino | Palazzo Bricherasio | Espressionismo. Presenza della pittura in Germania dal 1900 al 2000 | 25-10-2001 | 27-01-2002 | 47.535 | 31.591 |
| Torino | GAM | Angelo Morbelli tra Realismo e Divisionismo | 7-02-2001 | 25-04-2001 | 44.145 | 44.145 |
| Torino | GAM | Avvistamenti: Mario Airò | 15-02-2001 | 16-04-2001 | 33.946 | 33.946 |
| Torino | Palazzo Madama | Tra Gotico e Rinascimento | 2-06-2001 | 4-11-2001 | 32.037 | 32.037 |
| Rivoli | Castello di Rivoli | Form Follows Fiction | 17-10-2001 | 27-01-2002 | 28.594 | 22.900 |
| Torino | Palazzo Reale | Tesori e segreti di corte | 1-09-2001 | 15-12-2001 | 28.236 | 28.236 |
| Torino | Palazzo Cavour | Infanzie. Il bambino dell'arte tra '800 e '900 | 2-03-2001 | 1-07-2001 | 26.000 | 26.000 |
| Torino | Museo dell'Automobile "C. Biscaretti di Ruffia" | Fiat e i giovani - Una storia in crescendo | 3-11-2000 | 31-05-2001 | 24.325 | 19.515 |
| Rivoli | Castello di Rivoli | Mirror's Edge - Franz Ackermann | 4-10-2000 | 21-01-2001 | 24.230 | 5.080 |
| Torino | Palazzo Reale | La Cina e le cineserie | 29-09-2001 | 16-12-2001 | 21.490 | 21.490 |
| Torino | Armeria Reale | Ferro, oro e pietre preziose. Le armi orientali dell'Armeria Reale di Torino | 21-06-2001 | 30-12-2001 | 18.382 | 18.382 |
| Torino | GAM | Avvistamenti: Cornelia Parker | 28-04-2001 | 17-06-2001 | 16.989 | 16.989 |
| Torino | Museo Naz. della Montagna "Duca degli Abruzzi" | Luis Trenker. Il mito della montagna in celluloide | 15-12-2000 | 16-04-2001 | 15.118 | 12.046 |
| Torino | GAM | Mimmo Jodice. Retrospectiva 1965-2000 | 19-05-2001 | 9-09-2001 | 14.984 | 14.984 |
| Torino | Museo d'Arti Decorative della Fondazione Accorsi | I fragili lussi | 12-04-2001 | 15-07-2001 | 13.594 | 13.594 |
| Torino | Museo dell'Automobile "C. Biscaretti di Ruffia" | Peynet | 14-02-2001 | 29-04-2001 | 12.921 | 12.921 |
| Racconigi | Castello di Racconigi | Il presepe napoletano | 8-12-2001 | 6-01-2002 | 12.627 | 9.361 |
| Rivoli | Castello di Rivoli | Musei per un nuovo millennio-Teresita Fernandez - Keiichi Tahara | 30-05-2001 | 26-08-2001 | 12.321 | 12.321 |
| Torino | Palazzo Cavour | Luci in galleria: da Warhol al Duemila | 6-10-2000 | 14-01-2001 | 12.220 | 2.526 |
| Torino | Museo dell'Automobile "C. Biscaretti di Ruffia" | Omaggio alla Ferrari | 1-06-2001 | 3-09-2001 | 12.004 | 12.004 |
| Torino | Palazzo Bricherasio | Aborigena: Arte Australiana contemporanea | 29-06-2001 | 26-08-2001 | 10.561 | 10.561 |
| Torino | Museo Naz. della Montagna "Duca degli Abruzzi" | Asini-Muli & altre storie | 21-09-2001 | 2-12-2001 | 10.274 | 10.274 |

Tab.6 (continua)

| CITTÀ | SEDE | MOSTRA | PERIODO | | TOTALE VISITATORI COMPLESSIVI | TOTALE VISITATORI 2001 |
|-----------|--|--|------------|------------|-------------------------------------|------------------------------|
| | | | INIZIO | TERMINE | | |
| Torino | Museo d'Arti Decorative della Fondazione Accorsi | La seduzione della natura morta in Piemonte nel '600 e '700 | 26-10-2000 | 21-01-2001 | 10.082 | 2.954 |
| Torino | GAM | Il pensiero disegnato. Domenico Morelli | 2-12-2001 | 3-02-2002 | 9.800 | 4.897 |
| Torino | GAM | Giorgio Griffa - Uno e due | 16-11-2001 | 13-01-2002 | 9.646 | 7.814 |
| Torino | Palazzo Madama | L'oro di Siena. Il Tesoro di Santa Maria alla Scala | 6-12-2001 | 3-03-2002 | 15.430 | 4.349 |
| Torino | GAM | Il manifesto Fiat 1899-1965 | 21-09-2001 | 4-11-2001 | 9.056 | 9.056 |
| Torino | Museo di Antichità | Dal segno al messaggio. La scrittura nel mondo antico | 8-05-2001 | 30-10-2001 | 8.605 | 8.605 |
| Torino | GAM | Avvistamenti: Nari Ward | 6-07-2001 | 9-09-2001 | 6.894 | 6.894 |
| Racconigi | Castello di Racconigi | Le cineserie nelle residenze sabaude | 29-09-2001 | 28-10-2001 | 6.565 | 6.565 |
| Torino | Museo d'Arti Decorative della Fondazione Accorsi | Vittorio Amedeo Cignaroli. Un paesaggista alla Corte dei Savoia e la sua epoca | 1-12-2001 | 17-03-2002 | 9.165 | 3.197 |
| Torino | Fondazione Italiana per la Fotografia presso Palazzo Bricherasio | IX Biennale Internazionale di Fotografia | 6-09-2001 | 7-10-2001 | 6.044 | 6.044 |
| Torino | Museo Naz. della Montagna "Duca degli Abruzzi" | Il laboratorio dell'alpinismo. Francesco Ravelli e la fotografia di montagna | 18-05-2001 | 15-07-2001 | 5.813 | 5.813 |
| Torino | GAM | Avvistamenti: Monica Carocci | 16-11-2001 | 16-12-2001 | 5.682 | 5.682 |
| Torino | Palazzo Bricherasio | Mario Calandri | 26-01-2001 | 4-03-2001 | 4.826 | 4.826 |
| Torino | Museo Naz. della Montagna "Duca degli Abruzzi" | I Testimoni: fotografie di Paola Agosti dal mondo dei Vinti | 22-07-2001 | 9-09-2001 | 4.641 | 4.641 |
| Torino | Fondazione Italiana per la Fotografia | Joan Fontcuberta. Scherzi della Natura. Trilogia del Dubbio | 14-11-2001 | 27-01-2002 | 3.545 | 2.889 |
| Torino | Fondazione Italiana per la Fotografia | Jacques Henri Lartigue. La scelta della felicità | 5-04-2001 | 17-06-2001 | 3.400 | 3.400 |
| Torino | Fondazione Italiana per la Fotografia | Aleksander Rodchenko | 16-11-2000 | 14-01-2001 | 3.375 | 1.158 |
| Torino | Fondazione Italiana per la Fotografia | Tazio Secchiaroli | 6-09-2001 | 4-11-2001 | 3.047 | 3.047 |
| Torino | Museo dell'Automobile "C. Biscaretti di Ruffia" | Gli anni del Neorealismo: tendenze della fotografia italiana | 27-11-2001 | 13-01-2002 | 2.890 | 2.084 |
| Torino | Museo dell'Automobile "C. Biscaretti di Ruffia" | In the Same Space | 6-12-2000 | 21-01-2001 | 2.811 | 910 |
| Torino | Museo dell'Automobile "C. Biscaretti di Ruffia" | 100 artisti per l'auto | 24-11-2001 | 6-01-2002 | 2.777 | 2.276 |
| Torino | Palazzo Falletti di Barolo | Il cavaliere inesistente | 28-09-2001 | 11-11-2001 | 2.682 | 2.682 |
| Torino | Fondazione Italiana per la Fotografia | Friends & more. Storie intorno ad un caffè | 23-01-2001 | 11-03-2001 | 2.637 | 2.637 |
| Torino | Palazzo Cavour | Astratta. Dalla Collezione Calderara | 29-11-2001 | 3-03-2002 | 7.830 | 2.245 |
| Torino | Palazzo Falletti di Barolo | Effetto noir | 20-01-2001 | 25-02-2001 | 2.014 | 2.014 |
| Torino | Palazzo Reale | Natale del Re | 8-12-2001 | 15-01-2002 | 7.477 | 4.407 |
| Torino | Fondazione Italiana per la Fotografia presso Galleria S. Filippo | Borje Tobiasson | 6-09-2001 | 3-10-2001 | 570 | 570 |

Tab.6 (continua)

| CITTÀ | SEDE | MOSTRA | PERIODO | | TOTALE VISITATORI COMPLESSIVI | TOTALE VISITATORI 2001 |
|---|--|---|------------|------------|-------------------------------|------------------------|
| | | | INIZIO | TERMINE | | |
| Torino | Biblioteca Reale | Onde venisti? L'omaggio di due secoli a Margherita di Savoia | 15-11-2001 | 22-11-2001 | 435 | 435 |
| Torino | Fondazione Italiana per la Fotografia | Collezione Carlo Moriondo | 27-06-2001 | 22-07-2001 | 303 | 303 |
| Torino | Palazzo Falletti di Barolo | Artistiche réclame dagli elenchi telefonici 1913-1938 | 3-01-2001 | 10-01-2001 | 119 | 119 |
| Totale mostre nei musei e beni culturali del SMM | | 58 | | | 969.925 | 769.061 |
| Torino | Parco Michelotti | Esperimenta 2001. La trasmissione dei pensieri. Odissea nella comunicazione | 22-06-2001 | 4-11-2001 | 70.000 | 70.000 |
| Rivoli | Casa del Conte Verde | Legno arte e tradizione | 29-04-2001 | 22-07-2001 | 14.018 | 14.018 |
| Rivoli | Casa del Conte Verde | Il costume popolare alpino. Le origini di una collezione etnografica | 8-09-2001 | 18-11-2001 | 13.311 | 13.311 |
| Rivoli | Casa del Conte Verde | Eurochocolate | 18-02-2001 | 25-02-2001 | 9.400 | 9.400 |
| Torino | Palazzo degli Archivi di Corte | Un sistema periodico, da Amedeo Avogadro a Primo Levi | 23-03-2001 | 13-05-2001 | 6.188 | 6.188 |
| Torino | Sala Bolaffi | Mauro Chessa | 28-09-2001 | 11-11-2001 | 5.000 | 5.000 |
| Rivoli | Casa del Conte Verde | I fili della memoria ² | 14-12-2001 | 7-04-2002 | | 3.643 |
| Rivoli | Casa del Conte Verde | L'ho dipinto con | 2-02-2001 | 18-02-2001 | 2.030 | 2.030 |
| Torino | Sala Bolaffi | Piero Bolla | 22-03-2001 | 6-05-2001 | 2.000 | 2.000 |
| Rivoli | Casa del Conte Verde | Balie italiane colf straniere | 3-03-2001 | 16-04-2001 | 1.076 | 1.076 |
| Rivoli | Casa del Conte Verde | MondoArt | 1-01-2001 | 21-01-2001 | 370 | 370 |
| Totale mostre in altre sedi torinesi | | 11 | | | 127.036 | 127.036 |
| Totale mostre | | 69 | | | 1.096.961 | 896.097 |

¹ Il pubblico della mostra "Avvistamenti. Pedro Cabrita Reis" è conteggiato in quello della mostra "Paul Klee".

² Dato parziale sul "Totale visitatori complessivi": i visitatori si riferiscono al solo 2001.

Fonte: elaborazioni OCP su dati Marca, Regione Piemonte - Assessorato alla Cultura - Direzione 32 Settore Mostre

- "Paul Klee" alla Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea che in 103 giorni ha totalizzato 60.789 visitatori con una media di 590 presenze giornaliera⁴⁹;
 - "Armando Testa" realizzata presso il Castello di Rivoli - Museo d'Arte Contemporanea con 51.428 visitatori in 81 giorni di apertura e con una media di 635 presenze al giorno.
- Segue un gruppo di otto eventi, contro i sei del 2000, che hanno registrato un numero di presenze che va dalle 26.000 alle quasi 49.000 e che comprende due mostre tenutesi presso Palazzo Bricherasio ("Regina di Saba"⁵⁰, e "Espressionismo. Presenza della pittura in Germania dal 1900 al 2000"), due mostre alla Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea ("Angelo Morbelli tra Realismo e Divisionismo" e "Avvistamenti: Mario Airò"). Sono inoltre comprese all'interno di questo gruppo la mostra "Tra Gotico e Rinascimento" inaugurata presso Palazzo Madama lo stesso giorno della sua riapertura al pubblico, "Form Follow Fiction" presso il Castello di Rivoli - Museo di Arte Contemporanea, "Tesori e segreti di corte" a Palazzo Reale e "Infanzie. Il bambino nell'arte tra '800 e '900", svoltasi a Palazzo Cavour.
- Seguono 55 mostre tutte al di sotto dei 25.000 visitatori, che hanno totalizzato 447.237 presenze in confronto alle 253.016 relative alle quattro mostre con più di 50.000 visitatori e alle 289.305 relative alle otto mostre che hanno accolto tra i 25.000 e i 50.000 visitatori.

⁴⁹ La mostra "Paul Klee" sconfinò nel 2000. Il numero di visitatori relativi al 2001 è 15.612. Dal 25 novembre 2000 al 21 gennaio 2001, contemporaneamente a "Paul Klee", si è tenuta sempre presso la Gam anche la mostra "Avvistamenti. Pedro Cabrita Reis".

⁵⁰ "Regina di Saba" si è svolta per soli sette giorni nel 2001.

Tab.7 MOSTRE OSPITATE NEI MUSEI E NEI BENI CULTURALI
DEGLI ALTRI COMUNI PIEMONTESI (2001)

| PROVINCIA | CITTA | SEDE | MOSTRA | VISITATORI | |
|-----------|-------------|--|--|--|-----------------------------------|
| AL | Alessandria | Museo Etnografico "C'era una volta" | Mostra di cartoline d'epoca | 2.197 | |
| | | | Mostra sulla tessitura | 1.429 | |
| | | | Mostra di pittura tartara | 1.084 | |
| | | | Mostra di pittura: Ferraro | 578 | |
| | | | Mostra di pittura: Gianola detto Miller | 512 | |
| | | | Mostra dello scultore Marras | 462 | |
| | | | Contaminazioni | 446 | |
| | | | Mostra di ceramica | 375 | |
| | | | Museo storico della Battaglia di Marengo | Mostra di antiquariato napoleonico | 714 |
| | | | Volpedo | Studio Pellizza da Volpedo | Il Quarto Stato e il suo cantiere |
| Totale | 2 | 3 | 10 | 57.887 | |
| AT | Asti | Palazzo Mazzetti | I tesori delle collezioni civiche: materiali di studio per il riallestimento | 3.013 | |
| | | | Eugenio Guglielminetti. Una collezione di ritratti 1940-2001 | 574 | |
| | | | Promotrice Belle Arti Mostra d'Autunno | 481 | |
| | | | Promotrice Belle Arti Mostra di Primavera | 430 | |
| | | | Personale "Gigi Quaglia" | 368 | |
| | | | Triangoli viola: vittime dimenticate | 296 | |
| | | | Un cantiere per Museo | 225 | |
| | | | Ex Chiesa di S. Giuseppe | Mostra del Maestro del Palio | 650 |
| | | | | I templari e la via Francigena | 520 |
| | | | Complesso S. Pietro | I costumi verdiani di Caramba della collezione Roberto Della Valle ed i gioielli di scena della Fondazione Eugenio Guglielminetti | 1.171 |
| | | | | Giovanni nessuno ha visto come lui | 482 |
| | | | | I bambini colorano l'archeologia | 282 |
| | | | Museo S. Anastasio | Calices Hastenses. Ceramica e vetri di età romana e medievale da scavi archeologici in Asti | 5.865 |
| Totale | 1 | 4 | 13 | 14.357 | |
| BI | Biella | Chiostrò di S. Sebastiano | WWF | 1.226 | |
| | | | Fico | 1.107 | |
| | | | Incroci | 530 | |
| | | | Fosco Maraini | 500 | |
| | | | Disegna ciò che vedi | 343 | |
| | | | Pippo Pozzi | 310 | |
| | | | Palazzo Ferrero | Artisti a Palazzo Ferrero: Chiara Bo de Rienzo | 490 |

Tab.7 (continua)

| PROVINCIA | CITTA | SEDE | MOSTRA | VISITATORI |
|-----------|---|--|--|------------|
| | | | Artisti a Palazzo Ferrero Massimo Corona | 400 |
| | | | Artisti a Palazzo Ferrero: Giovanni Rivetti | 300 |
| | | | Artisti a Palazzo Ferrero: Irene Rossi | 90 |
| | | Palazzo Cisterna, Palazzo Lamarmora, Palazzo Ferrero | Andiamo al Piazzo | 3.377 |
| | | Villa Schneider | S. Francesco d'Assisi | 190 |
| Totale | 1 | 5 | 12 | 8.863 |
| CN | Alba | Fondazione Ferrero | Macrino d'Alba | 30.737 |
| | Bernezze, Caraglio, Dronero, Fossano, Manta, Racconigi, Rifreddo, Saluzzo e Savigliano | Sedi varie (n. 9) | Landscapes/paesaggi | 13.080 |
| | Caraglio | Convento dei Cappuccini | Terra! Terra! | 3.887 |
| | | | Giorgio Griffa | 2.680 |
| | Caramagna Piemonte | Palazzo del Vecchio Consiglio | Migrazioni, artisti e cicogne a Caramagna | 850 |
| | Cuneo | Museo Civico | Mostra di scienze naturali | 2.292 |
| | | | I Testimoni: fotografie di Paolo Agosti dal mondo dei Vinti | 879 |
| | | | Francesco Gallo | 100 |
| | Dronero | Museo Mallé | Mario Sironi | 2.698 |
| | | | Memorie di un secolo | 1.278 |
| | | | La fantastica architettura | 758 |
| | Guarene d'Alba | Castello di Guarene | Europa in Piemonte | 3.000 |
| | | Fondazione Sandretto Re Rebaudengo | Luisa Lambri | 2.504 |
| | Saluzzo | Castello della Manta | Premio Regione Piemonte e Sandretto Re Rebaudengo | |
| | | | Cinque secoli di rame in cantina | 15.454 |
| Totale | 13 | 17 | 15 | 80.197 |
| NO | Ameno | Museo A. Calderara | Collettiva di pittura | 687 |
| | Novara | Museo Civiche Raccolte del Broletto | Luigi Parzini 1925-1998 | 3.710 |
| | | | Unicef | 650 |
| | | | Scoop | 360 |
| | | | Memoriale G. Quaglino | 248 |
| | | | Club Arte '71 | 139 |
| | | | Giuseppe Magistris | 69 |
| | | | Civiltà contadina. Valori e memorie | 46 |
| | | | Mostra dell'Associazione Carpignano Sesia | 43 |

Tab.7 (continua)

| Totale | 2 | 2 | 9 | 5.952 | |
|-----------------------------------|--|--|----------------------------------|---------------------------------|--|
| PROVINCIA | CITTÀ | SEDE | MOSTRA | VISITATORI | |
| TO | Castellamonte | Sedi varie | 41° Mostra di ceramica | 4.500 | |
| | | Chieri | Palazzo Opesso | Omaggio a Ugo Martinet | 800 |
| | Chivasso | Palazzo dell'Economia e del Lavoro | Vincenzo Gatti. | Incisioni e disegni | 760 |
| | | | Antonietta Airoidi. | Art wear - Lo spazio e il corpo | 670 |
| | Collegno | Certosa Reale | Demetrio Cosola | 6.923 | |
| | | | Segreti splendori | 2.000 | |
| | | | Soggettiva 2001 | 2.000 | |
| | | | Il Miserere. Georges Rouault | 2.000 | |
| | | | I disastri della guerra. | | |
| | | | Francisco Goya | 1.500 | |
| | | | Pittura come mito | 1.500 | |
| | | | Concorso d'arte | | |
| | | | "Anita Sham Kambli" | 500 | |
| | | | Gente di frontiera | 400 | |
| | | | Antica romantica | | |
| | | | Fonderia Ferrari | 300 | |
| | Fenestrelle | Forte di Fenestrelle | Mostra personale | | |
| | | | di Michele Tomalino Serra | 300 | |
| | | | L'Africa. Mostra collettiva | 300 | |
| | | | Il Principe Eugenio | | |
| | | | di Savoia Soisson | 11.352 | |
| | | | Matti da slegare | 2.000 | |
| | | | Adriano Olivetti e l'Urbanistica | 5.000 | |
| Pinerolo del Re Sole | | | | | |
| L'uomo venuto dal ghiaccio | | | 12.000 | | |
| Le novità di Messer Tulipano 2001 | | | 30.000 | | |
| Pralormo Susa | Castello di Pralormo Castello della Contessa Adelaide | Forme e colori. | 49.000 | | |
| | | Gabriel Girardi e Vanni Penone | 1.600 | | |
| | | Francesco Tabusso e Girolamo Ciulla | | | |
| Totale | 10 | 10 | 23 | 135.405 | |
| VB | Gignese | Museo dell'Ombrello e del Parasole | Mostra collettiva di pittura | 1.492 | |
| | | | Verbania | Museo del Paesaggio | Alberto Longoni nel paese dei senza perché |
| Totale | 2 | 2 | 2 | 2.398 | |
| VC | Moncrivello | Castello di Moncrivello | Mostra d'armi | 213 | |
| | | | Mostra fotografica | 211 | |
| | Vercelli | Museo Borgogna | Volti da Grosso a Casorati | 8.023 | |
| Totale | 2 | 3 | Museo Leone | 521 | |
| | | | Alberto Ferrero | 521 | |
| Totale | 2 | 3 | 4 | 8.968 | |

Tab.7 (continua)

| PROVINCIA | CITTÀ | SEDE | MOSTRA | VISITATORI |
|----------------------|--|--------------------|-------------------------|------------|
| VB AL AT BI CN TO | Vogogna (VB), Carrosio (AL), Luserna (TO) Asti, Bussoleno (TO) Casale Monf. (AL), Villardora (TO), Acqui Terme (AL), Biella, Carmagnola (TO), Salbertrand (TO), Entracque (CN), Torino | Sedi varie (n. 13) | Le foreste del Piemonte | 14.000 |
| Totale Piemonte | 45 | 60 | 88 | 314.027 |

Fonte: elaborazione OCP su dati Marca, Regione Piemonte, Assessorati alla Cultura delle città di Asti, Biella, Castellamonte, Chieri, Chivasso, Collegno e Grugliasco

In termini complessivi, nell'area metropolitana di Torino le mostre monitorate ammontano a 69, con un'affluenza di oltre 1.096.865 visitatori. Escludendo le affluenze del 2000 e del 2002 per le mostre organizzate a cavallo di più anni, il numero complessivo di visitatori si attesta a 896.097, dato che segna un'adesione sempre maggiore da parte del pubblico per questo tipo di iniziative – erano infatti circa 690.000 le presenze in occasione di mostre nel 2000 e 622.000 quelle nel 1999. Le visite effettuate in concomitanza delle esposizioni temporanee all'interno dei musei del Sistema Museale Metropolitano, escludendo quindi le mostre in altre sedi espositive non monitorate costantemente in tutto l'anno, ammontano ad un totale di 816.157⁵¹, pari al 44% del dato complessivo di 1.839.668 visitatori all'interno delle sedi museali.

L'incremento del pubblico affluito in occasione di esposizioni temporanee ha riguardato non solo il Sistema Museale Metropolitano ma anche, ed in misura crescente, i musei e i beni localizzati nel resto del Piemonte, dove proprio una più vivace attività espositiva, realizzata nel corso di tutto l'anno, ha influito positivamente sulla performance del 2001, che ha portato ad un aumento di pubblico al di sopra del 5% rispetto al 2000.

Le mostre monitorate nelle sedi espositive al di fuori del Sistema Museale Metropolitano sono state 88, contro le 74 nel 2000, in 60 sedi diverse, per un totale di 314.027 visitatori. Tuttavia, mentre il numero delle mostre aumenta del 19%, il pubblico fa registrare un incremento del 107%: erano 152.000 le presenze del 2000.

Se nel 2000 una sola mostra ha registrato 30.000 presenze e solo due hanno contato tra le 15.000 e le 17.000 visite, nel 2001 la situazione sembra notevolmente mutata. Vi sono infatti ben due mostre che hanno richiamato circa 50.000 visitatori: "Il Quarto Stato e il suo cantiere" presso lo Studio Pellizza da Volpedo in provincia di Alessandria e "Le novità di Messer Tulipano 2001" presso il Castello di Pralormo in provincia di Torino. Altri due eventi contano 30.000 presenze – "Macrino d'Alba" presso la Fondazione Ferrero di Alba, in provincia di Cuneo, e "L'uomo venuto dal ghiaccio" realizzata dal Museo d'Arte Preistorica di Pinerolo (TO) presso la Chiesa di S. Agostino. A queste seguono 78 mostre che hanno totalizzato nel loro insieme oltre 100.000 visitatori.

L'attività espositiva diffusa e capillare su tutto il territorio regionale appare nel 2001 come uno degli elementi principali alla base dell'incremento di pubblico dei musei al di fuori del Sistema Museale Metropolitano. Lo spostamento dell'attenzione verso le attività, verso le occasioni temporanee di visita, si diffonde dal capoluogo in tutta la regione, rinforzando

⁵¹ Il dato è relativo alle sole affluenze in occasione di mostre nel 2001.

un'offerta culturale importante per una promozione "identitaria" dei territori regionali, per creare occasioni di turismo infra ed extra-regionali. Allo stesso tempo, una politica capillare di mostre ed esposizioni riduce la differenza di potenziale tra il capoluogo ed il resto della regione, intessendo una rete di occasioni culturali che comincia a emergere nelle sue interrelazioni tra Torino e territori regionali, anche in virtù delle politiche di coordinamento, degli abbonamenti all'intero circuito regionale, di una comunicazione culturale in cui i territori delle province risultano maggiormente rappresentati.

1.4 SALONI

Lingotto Fiere nel 2001 ha ospitato 19 manifestazioni fieristiche, che hanno registrato complessivamente 709.523 presenze. Per quanto riguarda le iniziative di carattere culturale, la “Fiera Internazionale del Libro”, svoltasi dal 17 al 21 maggio 2001, con 191.324 visitatori – circa il 27% dei partecipanti alle 19 manifestazioni ospitate a Lingotto Fiere – è la fiera che ha registrato il maggior numero di presenze a Torino, con un incremento dei partecipanti rispetto alla scorsa edizione del 3,6%.

Sempre a Lingotto Fiere si sono inoltre svolte “Torino Antiquaria”, mercato di antiquariato e brocantage, e altre due iniziative di carattere enogastronomico, il “Salone del Vino” e “Dolc’è” che, con complessivamente 31.000 presenze, vengono citate in quest’ambito in ragione di una sempre più diffusa consapevolezza che le tradizioni enogastronomiche rappresentino interessanti espressioni della cultura di un territorio e al tempo stesso costituiscono, unitamente a beni, manifestazioni culturali e paesaggio, una componente di rilievo nella promozione dei territori regionali.

A Palazzo Nervi si è tenuta l’ottava edizione di “Artissima” – Internazionale d’Arte Contemporanea a Torino – che ha raggiunto nei quattro giorni di apertura i 30.000 visitatori, registrando un incremento di pubblico del 20% rispetto alla scorsa edizione. Nel panorama italiano “Artissima” ricopre un ruolo di tutto rilievo nell’ambito delle mostre-mercato di arte contemporanea essendo seconda, quanto a numero di visitatori, solo ad “Artefiera” di Bologna che nell’edizione 2001 ha accolto 37.000 visitatori in cinque giorni, evidenziando un aumento di presenze del 10% rispetto allo scorso anno.

I visitatori complessivi delle manifestazioni fieristiche a carattere culturale in Torino sono stati 252.337 in diminuzione rispetto allo scorso anno, quando le presenze erano quasi 340.000. Tale riduzione risente del fatto che nel 2001 non si è svolto il Salone del Gusto che, avendo carattere biennale, avrà nuovamente luogo nel 2002.

Tab.8 VISITATORI DEI SALONI: CONFRONTO 1999-2001

| | 1999 | 2000 | 2001 | VARIAZIONI ASSOLUTE | | VARIAZIONI % | |
|-------------------|---------|---------|---------|---------------------|-----------|--------------|-----------|
| | | | | 2000-1999 | 2001-2000 | 2000-1999 | 2001-2000 |
| Artissima | 23.000 | 25.000 | 30.000 | 2.000 | 5.000 | 8,70 | 20,00 |
| Fiera del Libro | 191.000 | 184.652 | 191.324 | -6.348 | 6.672 | -3,32 | 3,61 |
| Musica 2000 | 121.000 | sospeso | sospeso | - | - | - | - |
| Salone del Gusto | - | 130.000 | - | - | - | - | - |
| Salone del vino | - | - | 27.124 | - | - | - | - |
| Dolc’è | - | - | 3.889 | - | - | - | - |
| Torino Antiquaria | - | - | n.d | - | - | - | - |
| Totale | 335.000 | 339.652 | 252.337 | -4.348 | 4.652 | 1,39 | -25,71 |

Fonte: elaborazioni OCP su dati Lingotto Fiere, Artissima 2001

1.5 SPETTACOLO DAL VIVO

Il monitoraggio e la rilevazione statistica nell'intero comparto dello spettacolo dal vivo sono caratterizzati da criticità legate alla molteplicità ed eterogeneità dei soggetti operanti (professionali, semiprofessionali, amatoriali) ed alla varietà delle sedi degli spettacoli. A differenza degli spettacoli cinematografici, la cui fruizione è quasi sempre subordinata a precise condizioni infrastrutturali (spazi attrezzati, dotazione tecnologica congrua, ecc.), lo spettacolo dal vivo gode di una maggiore libertà, di minor vincoli e condizioni di rigidità. Basti pensare a rappresentazioni in luoghi "alternativi" come chiese, locali dismessi che vengono allestiti temporaneamente per eventi vari, ai festival interdisciplinari, al teatro di strada e a manifestazioni di piazza. Questa ricchezza ed articolazione delle attività sfugge in larga parte alle rilevazioni statistiche, sia per quanto riguarda la presenza di pubblico, sia per la dimensione economica.

In questo paragrafo sono riportati alcuni dati relativi allo spettacolo dal vivo, sia in Italia, ed in particolare in Piemonte, sia all'estero, per restituire dimensioni quantitative di massima: l'obiettivo è quello di fornire ordini di grandezza generali sul consumo di spettacoli, integrati da alcune comparazioni relative a differenti contesti nazionali o regionali. L'eterogeneità delle fonti, le diverse tradizioni statistiche nazionali, i significati diversi attribuiti anche a definizioni chiave (ad esempio "teatro" come edificio, come compagnia di produzione o come ente titolare di un complesso di attività, ecc.) nei differenti paesi europei, sono tutti elementi che consigliano di considerare solo i principali ordini di grandezza senza tentare di confrontare dati eterogenei.

Lo spettacolo dal vivo in Italia

A partire dal gennaio 2000, l'abolizione dell'imposta sugli spettacoli ha comportato un cambiamento nella base dati rilevata dalla SIAE, che fino ad allora agiva per conto del Ministero delle Finanze. Attualmente la SIAE, tramite una convenzione stipulata sempre con il Ministero delle Finanze, collabora all'accertamento dell'Iva ordinaria per quanto riguarda le varie attività di spettacolo: si altera così il sistema di rilevazione alla base della serie storica che forniva un quadro dettagliato dello spettacolo sul territorio nazionale. I dati del 2000 non sono dunque paragonabili, per modalità di rilevamento, a quelli raccolti negli anni passati, se non a costo di "vistose sottostime"⁵². Infatti, nel 1999 i biglietti venduti per attività teatrali e musicali in Italia erano 32 milioni, realizzati in 123.000 rappresentazioni, per una spesa complessiva di 778 miliardi di lire (oltre 400 milioni di euro). Per il 2000 la spesa del pubblico per le attività teatrali e musicali è stata di circa 731 miliardi di lire (circa 377 milio-

Tab.9 LO SPETTACOLO IN ITALIA (2000)

| ATTIVITÀ TEATRALI E MUSICALI | RAPPRESENTAZIONI | BIGLIETTI VENDUTI | SPESA DEL PUBBLICO (LIRE) | PREZZO MEDIO (LIRE) |
|---------------------------------|------------------|----------------------|------------------------------|------------------------|
| Prosa e commedia musicale | 74.097 | 13.964.940 | 315.830.624.000 | 22.616 |
| Lirica e balletti | 7.437 | 2.972.674 | 146.565.269.000 | 49.304 |
| Musica classica | 15.641 | 2.869.564 | 82.844.086.000 | 28.870 |
| Musica leggera | 17.191 | 7.737.974 | 177.087.556.000 | 22.886 |
| Operetta e marionette | 3.470 | 523.422 | 8.717.357.000 | 16.655 |
| Totale | 117.836 | 28.068.574 | 731.044.892.000 | 26.045 |

Fonte: elaborazione OCP su dati SIAE, 2000

⁵² L. Filippi, *I numeri dello spettacolo* in "Giornale dello Spettacolo" n. 34, 16 novembre 2001, p. 1.

ni di euro), rilevata in 117.000 rappresentazioni, mentre i biglietti venduti sono stati circa 28 milioni. Le differenze negative appaiono considerevoli, dell'ordine del 13% per i biglietti venduti, del 6% per la spesa del pubblico, mentre il numero delle rappresentazioni è sceso del 4,7%. Il problema non è soltanto relativo alla quantificazione dei dati, ma anche al tipo di aggregazione per macro settori e riguarda l'effettiva omogeneità della base di rilevazione. Le discrepanze sono evidenti, se si mettono in relazione il numero delle rappresentazioni con i biglietti venduti nelle rispettive tipologie. Nel 2000 è stato rilevato il 15% in più di rappresentazioni di musica leggera, genere che tuttavia non presenta un aumento dei biglietti venduti ma al contrario fa registrare il 10% in meno di biglietti ed un calo del 12% per ciò che concerne la spesa del pubblico, mentre per la prosa – sempre confrontando i sistemi di rilevazione ante e post 2000 – il 9% in meno di spettatori avrebbe prodotto un aumento dell'1% della spesa. Le anomalie dovute alle diverse modalità di rilevazione della STAE sono confermate dall'AGIS nazionale che giunge infatti a valutazioni di segno positivo sull'andamento dell'anno sulla base di ulteriori indicatori⁵³.

Un'analisi sul 2000, secondo le diverse tipologie di attività, evidenzia come vi sia una forte disparità tra il numero di rappresentazioni, la spesa complessiva e il numero di biglietti venduti nelle varie categorie. Il genere con il più alto numero di rappresentazioni è quello degli spettacoli di prosa e della commedia musicale, sia in lingua italiana sia in dialetto, con un'incidenza del 63% sul totale delle rappresentazioni. Tuttavia, la spesa del pubblico incide per il 44%, a fronte del 20% di lirica e balletti, le cui rappresentazioni superano di poco il 6%. Da questi confronti emerge come la produzione teatrale in Italia sia caratterizzata da una miriade di compagnie che propongono, dunque, una gran quantità di rappresentazioni a costi contenuti. Il prezzo medio del biglietto, infatti, è di circa 22.000 lire, meno della metà del prezzo medio per gli spettacoli di lirica. È altresì indubbio che lirica e balletti, per loro natura, abbiano costi di produzione, e di conseguenza prezzi e spesa per il pubblico, più elevati. Inoltre, gli spazi per le rappresentazioni liriche incidono fortemente sulla media di presenze per spettacolo: in media ogni rappresentazione di lirica e balletti ha attirato 400 presenze, mentre ogni spettacolo teatrale ha attirato 188 presenze, a fronte delle differenti conformazioni degli spazi utilizzati⁵⁴.

Ma il genere che più di altri attira il pubblico è quello della musica leggera, con circa 450 biglietti venduti per ogni rappresentazione. In questo caso è possibile individuare dinamiche sostanzialmente differenti da quelle del teatro: il 15% delle rappresentazioni produce il 28% dei biglietti totali emessi per le attività di spettacolo dal vivo, per un'incidenza percentuale del 24% sulla spesa del pubblico. In definitiva, un numero limitato di rappresentazioni produce una grande quantità di pubblico: nondimeno, accanto a eventi di forte richiamo quali i concerti di nomi noti dello show business musicale, si registra un'offerta di musica leggera capillare a prezzi più contenuti.

La musica classica rappresenta l'11% della spesa complessiva per lo spettacolo dal vivo e il 13% delle rappresentazioni. In media sono stati rilevati 183 biglietti per spettacolo, che nel complesso ammontano al 10% del totale dei biglietti venduti.

Gli spettacoli di operetta, marionette, saggi scolastici e culturali completano il quadro delle attività teatrali e musicali. La loro incidenza percentuale è estremamente contenuta, poiché rappresentano soltanto l'1% della spesa del pubblico, essendo seguiti in media da non più di 151 spettatori per rappresentazione.

A completare il quadro del consumo di spettacoli vanno aggiunti altri intrattenimenti vari che non rientrano nelle categorie prestabilite delle attività teatrali e musicali.

Le attività di ballo con strumenti musicali ed orchestre hanno totalizzato circa 1.730 miliardi di lire (oltre 893 milioni di euro) nel 2000, ai quali vanno sommati i 258 miliardi (circa 133 milioni di euro) spesi per concerti dal vivo.

⁵³ G. van Straten, corsivo in "Giornale dello Spettacolo" n. 34, 16 novembre 2001, p.1.

⁵⁴ Si pensi alle rappresentazioni liriche tenute nei grandi teatri d'opera o nelle arene.

Uno sguardo oltre regione

Anche se i dati sulla situazione italiana nel 2001 sono disponibili ad oggi in forma aggregata (saranno disponibili statistiche a livello regionale e comunale a partire dall'estate 2002), appare interessante rapportare il consumo di spettacolo dal vivo in Italia con quanto avviene in altri paesi europei. I dati presenti per altre realtà nazionali, per quanto non perfettamente confrontabili con le statistiche SIAE, permettono comunque di analizzare a grandi linee tendenze e consumi sulla base di due anni, 1999 e 2000. È stato possibile valutare i consumi solo in termini di biglietti venduti, mentre per la produzione non sempre sono disponibili i dati relativi a spettacoli e rappresentazioni. Anche in questo caso, per poter rapportare i consumi dei diversi paesi si è tenuto conto del dato di vendita dei biglietti, rapportato alla popolazione residente.

È da sottolineare che negli altri paesi non sono compresi nell'ambito delle attività teatrali e musicali i dati relativi ai concerti di musica leggera che si sono svolti fuori dalle sale teatrali e la stessa cosa vale per i festival, anche se per la Germania è disponibile un dato complessivo di consumo per questo genere di spettacolo.

Per poter leggere e confrontare i dati italiani con l'excurus europeo è importante sottolineare che in Italia nel 2000 i biglietti venduti per tutti i generi di spettacoli censiti dalla SIAE sono stati 51 ogni 100 abitanti, valore che scende a 37 biglietti se si escludono gli spettacoli di musica leggera.

Tab.10 ATTIVITÀ TEATRALI E MUSICALI IN GERMANIA: CONFRONTO 99/00 - 98/99

| | SPETTATORI | | VAR. % | INCIDENZA % DEI SINGOLI GENERI |
|------------------------|-------------------|-------------------|--------------|--------------------------------------|
| | 99/00 | 98/99 | | |
| Lirica | 4.558.346 | 4.738.846 | -3,80 | 22,84 |
| Balletto | 1.541.672 | 1.630.571 | -5,50 | 7,73 |
| Operetta | 1.034.762 | 958.093 | 8,00 | 5,19 |
| Musical | 2.006.764 | 2.124.489 | -5,50 | 10,06 |
| Spettacoli per bambini | 2.532.959 | 2.482.215 | 2,00 | 12,69 |
| Concerti | 1.210.589 | 1.181.740 | 2,40 | 6,07 |
| Prosa | 5.634.035 | 5.831.098 | -3,40 | 28,24 |
| Altro | 1.434.926 | 1.286.006 | 11,60 | 7,19 |
| Totale | 19.954.053 | 20.233.058 | -1,40 | 100,00 |

Fonte: Deutscher Bühnenverein, *Theaterstatistik 1999/2000*

Tab.11 ATTIVITÀ TEATRALI E MUSICALI IN AUSTRIA NEL 99/00

| | SPETTATORI 99/00 | INCIDENZA % DEI SINGOLI GENERI |
|--------------------------------|------------------|--------------------------------|
| Lirica | 835.890 | 20,11 |
| Balletto | 172.191 | 4,14 |
| Operetta e musical | 1.030.620 | 24,80 |
| Prosa e spettacoli per bambini | 1.973.599 | 47,49 |
| Concerti | 143.281 | 3,45 |
| Totale | 4.155.581 | 100,00 |

Fonte: Deutscher Bühnenverein, *Theaterstatistik 1999/2000*

Germania, Austria e Svizzera raccolgono dati congruenti con quanto elaborato dalla SIAE per l'Italia, suddividendo per genere il numero di biglietti venduti e quindi l'affluenza di spettatori. In *Germania*⁵⁵ nella stagione 1999/2000, in 947 teatri sia pubblici sia privati, nel settore delle attività teatrali e musicali gli spettacoli sono stati 100.416, i biglietti venduti oltre 33 milioni, pari a 301 biglietti venduti per rappresentazione. La spesa del pubblico nei teatri pubblici tedeschi, che rappresentano il 60% delle sale complessive, è stata di circa 170 milioni di euro, pari al 10% delle entrate.

Il dato tedesco, che non comprende i concerti di musica leggera al di fuori dei teatri, rapportato alla popolazione residente, fa emergere come in Germania siano stati venduti nella stagione 1999/2000 40,5 biglietti ogni 100 abitanti.

Per i teatri pubblici è possibile fornire una disaggregazione per genere confrontabile con quella fornita dalla SIAE. Sommando i dati tedeschi con la stessa aggregazione della SIAE, il consumo di spettacolo dal vivo in Germania sembra essere più differenziato rispetto a quanto avviene in Italia. L'incidenza di prosa e musical nella stagione 1999/2000 in Germania è stata pari a circa il 38% del totale dei biglietti venduti (il 49,5% in Italia), seguita da lirica e balletti che hanno inciso per circa il 30% del totale (il 10,6% in Italia).

La stagione 1999/2000 per i teatri pubblici tedeschi è sostanzialmente allineata con quella precedente per quanto riguarda il numero di biglietti venduti, avendo avuto una leggera flessione pari all'1,4%, a fronte però di un aumento della spesa del pubblico pari al 6,6%, probabilmente segno di una politica di differenziazione dei prezzi dei biglietti per genere di spettacolo offerto. I decrementi maggiori di spettatori si sono avuti nell'ambito di musical, balletto, lirica e prosa; gli incrementi principali nel genere denominato "altro" e nell'operetta. Una nota a parte deve essere fatta per quanto riguarda i 38 festival censiti, che hanno venduto 1,5 milioni di biglietti.

L'*Austria*⁵⁶ ha un consumo rapportato alla popolazione residente pari a 51,4 biglietti venduti ogni 100 abitanti, escludendo anche in questo caso la musica leggera eseguita fuori dai teatri. L'attività teatrale in Austria è ovviamente, in termini assoluti, più limitata sia rispetto alla Germania sia all'Italia, con complessivamente 6.450 rappresentazioni nella stagione 1999/2000 e 4,1 milioni di biglietti venduti. Il peso reciproco dei diversi generi è abbastanza simile in Austria e in Italia: la prosa, che qui comprende anche spettacoli per bambini, incide per il 47,5% del totale, seguita da operetta e musical e dalla lirica⁵⁷.

La stessa fonte elabora i dati sulle attività teatrali e musicali in *Svizzera* nella stagione 1999/2000. I dati si riferiscono a 5.035 rappresentazioni, che hanno visto complessivamente oltre 1,5 milioni di biglietti venduti. Anche la Svizzera ha un comportamento di consumo simile all'Italia, con la prosa come genere più visto, seguito dagli spettacoli di "teatro musicale" nei quali sono compresi lirica, musical e operette.

I dati relativi ai paesi scandinavi sono disponibili in forma assai aggregata. In *Svezia*⁵⁸ la musica classica ha un'incidenza sul totale delle attività teatrali e musicali, che non comprendono però dati sulla musica leggera, pari al 39% del totale dei biglietti venduti. Nel 1999 le rappre-

⁵⁵ Fonte: Deutscher Bühnenverein, *Theaterstatistik 1999/2000*.

⁵⁶ Fonte: Deutscher Bühnenverein, *Theaterstatistik 1999/2000*.

⁵⁷ Non sono disponibili dati relativi alla spesa del pubblico e al numero di teatri ai quali i dati si riferiscono.

⁵⁸ *Cultural facts*, Trelleborg, Statens kulturråd, 2001.

Tab.12 ATTIVITÀ TEATRALI E MUSICALI IN SVIZZERA NEL 99/00

| | SPETTATORI 99/00 | INCIDENZA % DEI SINGOLI GENERI |
|--------------------------------|------------------|--------------------------------|
| Balletto | 120.026 | 7,80 |
| Spettacoli musicali | 625.055 | 40,60 |
| Prosa e spettacoli per bambini | 661.019 | 42,94 |
| Concerti | 133.431 | 8,67 |
| Totale | 1.539.531 | 100,00 |

Fonte: Deutscher Bühnenverein, *Theaterstatistik 1999/2000*

Tab.13 ATTIVITÀ TEATRALI E MUSICALI IN FRANCIA NEL 2000

| | RAPPRESENTAZIONI | SPETTATORI | INCIDENZA % SUL TOTALE |
|--|------------------|------------------|------------------------|
| Teatri nazionali | 1.750 | 603.000 | 6,11 |
| Centri d'arte drammatica nazionali | 8.500 | 1.700.000 | 17,24 |
| Scènes nazionali | 30.000 | 2.800.000 | 28,39 |
| Teatri privati a Parigi | 11.300 | 2.800.000 | 28,39 |
| Opera di Parigi | 443 | 758.000 | 7,69 |
| Réunion des théâtres lyrique de france | 1.600 | 1.200.000 | 7,69 |
| Totale | 53.593 | 9.861.000 | 100,00 |

Fonte: *Chiffres Clés*, 2001

sentazioni di teatro e danza nei teatri pubblici o finanziati da enti pubblici, complessivamente 137 strutture, sono state quasi 22.500, con una affluenza di pubblico pari a circa 3,4 milioni di biglietti venduti, mentre i concerti di musica classica sono stati 15.000, con una affluenza quantificabile in 2,2 milioni di biglietti venduti. Se si rapportano questi dati alla popolazione residente, risulta che i consumi di spettacolo dal vivo, non comprendendo la musica leggera, si attestano su livelli superiori a quelli italiani, con 63,4 biglietti venduti ogni 100 abitanti.

Per quanto riguarda la *Norvegia*⁵⁹, sono disponibili i soli dati relativi al teatro e alla lirica nel 2000, che ha visto rispetto all'anno precedente un aumento sia di pubblico sia di rappresentazioni. I biglietti venduti sono stati 1,48 milioni, le rappresentazioni oltre 7.500. Se rapportato alla popolazione, questo dato mostra come in Norvegia siano stati venduti 33 biglietti ogni 100 abitanti per le sole attività teatrali.

Il dato relativo alla *Francia*⁶⁰ è parziale e relativo al teatro e alla lirica nelle strutture statali e nei soli teatri privati parigini. Sono esclusi tutti gli spettacoli di musica leggera e l'attività dei teatri privati del resto della nazione. Nel 2000 la rappresentazioni sono state complessivamente 53.500, per un totale di biglietti venduti pari a 9,8 milioni.

Rispetto al 1999 sono aumentate in queste strutture sia le rappresentazioni (quasi il 2%), sia il numero di biglietti venduti (quasi il 6%). La lirica e l'opera hanno avuto incrementi consistenti di pubblico: i teatri della Réunion des théâtres lyriques de France hanno quasi raddoppiato i propri biglietti, mentre appare quasi invariata in termini quantitativi l'attività dell'Opéra. Hanno invece perso circa 300.000 biglietti i teatri nazionali e i centri di arte drammatica nazionali.

La Borsa Teatro dell'Agis

La mancanza dei dati particolareggiati della SIAE sul consumo di spettacolo dal vivo in Italia non permette ancora (fino alla pubblicazione dei dati disaggregati previsti per l'estate 2002) di elaborare statistiche e confronti tra quello che è avvenuto in Piemonte e le altre regioni italiane per tutti i generi di spettacolo. Per l'analisi dei dati 2001 si è fatto quindi ricorso alla Borsa Teatro pubblicata dall'AGIS sul "Giornale dello Spettacolo". I dati disponibili sono relativi ai biglietti venduti per spettacoli di prosa e commedia musicale e per i concerti tenuti nelle sole sale teatrali associate all'AGIS. I dati che si pubblicano sono quindi da considerarsi relativi ad un sottoinsieme del totale, e per questo non paragonabili a quanto rilevato negli anni scorsi dalla SIAE. Un ulteriore motivo di sottostima dei dati raccolti dall'AGIS per il 2001 è dato dalla incompletezza delle informazioni, mancando le rilevazioni delle prime tre settimane di giugno e degli ultimi venti giorni di dicembre.

Nonostante i dati generali sull'Italia, sulle singole regioni e città metropolitane e quelli relativi al Piemonte e a Torino provengano da un'unica fonte, la Borsa Teatro, vi sono differenze

⁵⁹ *Kulturstatistikk 2000*, Statistisk sentralbyrå, Oslo-Kongsvinger, 2001.

⁶⁰ Ministère de la Culture et de la Communication, *Chiffres Clés 2001*, La documentation française, Paris, 2002.

nei sistemi di trattamento dei dati, che risultano non perfettamente allineati fra i vari livelli di aggregazione. Per quanto riguarda i confronti tra regioni, sono stati utilizzati i dati riepilogativi delle stagioni per capire andamento e tendenze generali del teatro in Italia. Da questi sono stati estratti dati riepilogativi per città, pubblicati con cadenze diverse per i riepiloghi generali relativi all'anno solare 2001. L'analisi di dettaglio sul Piemonte utilizza una ulteriore pubblicazione del "Giornale dello Spettacolo" più approfondita: sono stati elaborati i report settimanali relativi ai singoli spettacoli offerti nelle città di provincia.

Secondo tale fonte, emerge che nella stagione 2000/2001 gli spettatori complessivi censiti dai dati riepilogativi della Borsa Teatro in 289 città sono stati 5.669.524. Rispetto alla stagione precedente, a fronte di un aumento delle piazze del 12,9%, gli spettatori sono diminuiti del 6,2%, pari ad oltre 370.000 unità in meno. La Lombardia è stata la regione che in termini numerici ha perso più pubblico, quasi 288.000 spettatori in meno, a fronte di un aumento delle piazze censite. Il Piemonte è stata l'unica regione del Nord Italia con un aumento nei consumi: è la regione con l'incremento maggiore, in termini numerici e non percentuali. In Piemonte gli spettatori nel 2000/2001 sono stati 480.907, 94.000 in più rispetto alla precedente stagione, con un incremento del 24,4%. Il dato dell'ultima stagione si riferisce ad un totale di 22 piazze.

Il teatro in Italia nel 2001

Secondo i dati della Borsa Teatro dell'AGIS gli spettatori teatrali del 2001 sono stati in Italia oltre 4 milioni, con una media di 7 biglietti per 100 abitanti. Il Piemonte, con circa il 7% dei biglietti italiani venduti, è la quinta regione per numero di spettatori dopo Lombardia, Lazio, Emilia-Romagna e Toscana. Rapportando i dati di vendita dei biglietti con la popolazione residente, in Piemonte la media di biglietti per abitante coincide con la media nazionale e la regione si colloca al settimo posto dopo Lazio, Friuli-Venezia Giulia, Liguria, Emilia-Romagna, Lombardia e Toscana. Il dato dei biglietti per abitante riflette una tendenza al contenimento del consumo e quindi della spesa da parte della popolazione piemontese, già rilevata negli scorsi anni, sulla base di una più ampia panoramica sui consumi culturali.

Restringendo l'ambito territoriale di analisi ai comuni capoluogo delle dodici aree metropolitane italiane, si evidenzia come queste zone siano il fulcro dell'offerta e del consumo di spettacolo: a fronte di una popolazione residente pari al 16,6% del totale italiano, in queste città gli spettatori nelle sale teatrali associate all'AGIS sono stati il 67,7% del totale italiano, con una media di 30 biglietti per 100 abitanti.

Il dato di Torino riflette quello regionale: gli spettatori teatrali in città nel 2001 sono stati il 7,5% del totale delle città metropolitane italiane, al terzo posto dopo Roma e Milano. A Torino si è concentrato il 72,4% degli spettatori complessivi piemontesi censiti dalla Borsa Teatro, indice della forte polarizzazione dell'offerta sul capoluogo regionale.

La città di Torino si colloca tuttavia a metà classifica, al settimo posto, se si analizza il dato di consumo rapportato alla popolazione residente. La media di 23 biglietti per 100 abitanti è inferiore a quella rilevata nell'insieme delle città metropolitane, ed inferiore al dato di Milano, Bologna, Firenze, Bari, Roma e Genova.

In sintesi, alla collocazione di Torino e del Piemonte all'interno di questa classifica, che indica una certa contrazione della domanda per quanto concerne lo spettacolo dal vivo, contribuiscono almeno due elementi tra loro differenziati che farebbero pensare anche ad altre chiavi di interpretazione, ivi compresa una sottostima "endemica" delle affluenze in regione:

- se la domanda di spettacolo appare percentualmente più contenuta in relazione alla popolazione rispetto ad altre regioni, è anche vero che si tratta in grandissima parte di domanda locale, data la differenza dei flussi turistici con altre regioni e città italiane che precedono Torino e il Piemonte in classifica. Il dato dei biglietti venduti rispetto alla popolazione pre-

Tab.14 SPETTATORI NELLE SALE TEATRALI DELLE REGIONI ITALIANE (2001)

| REGIONE | POPOLAZIONE | SPETTATORI | BIGLIETTI/100 ABITANTI |
|-----------------------|------------------|----------------|------------------------|
| Lombardia | 9.028.913 | 993.989 | 11 |
| Lazio | 5.255.028 | 830.431 | 16 |
| Emilia-Romagna | 3.959.770 | 453.994 | 11 |
| Toscana | 3.528.563 | 324.164 | 9 |
| <i>Piemonte</i> | <i>4.288.051</i> | <i>287.174</i> | <i>7</i> |
| Campania | 5.792.580 | 196.625 | 3 |
| Liguria | 1.632.536 | 187.529 | 11 |
| Friuli-Venezia Giulia | 1.183.916 | 157.044 | 13 |
| Veneto | 4.487.560 | 156.902 | 3 |
| Puglia | 4.086.422 | 155.962 | 4 |
| Sicilia | 5.098.234 | 129.330 | 3 |
| Marche | 1.455.449 | 87.000 | 6 |
| Umbria | 832.675 | 55.478 | 7 |
| Abruzzo | 1.277.330 | 27.177 | 2 |
| Sardegna | 1.654.470 | 24.163 | 1 |
| Trentino-Alto Adige | 929.574 | 21.654 | 2 |
| Valle d'Aosta | 119.993 | 4.776 | 4 |
| Molise | 328.980 | 185 | 0 |
| Basilicata | 607.853 | - | - |
| Calabria | 2.064.718 | - | - |
| Italia | 54.940.044 | 4.093.577 | 7 |

Fonte: elaborazione OCP su dati "Giornale dello Spettacolo" - Borsa Teatro

Tab.15 SPETTATORI NELLE SALE TEATRALI NELLE CITTÀ METROPOLITANE (2001)

| CITTÀ | POPOLAZIONE | SPETTATORI | BIGLIETTI/100 ABITANTI |
|---------------|----------------|----------------|------------------------|
| Roma | 2.646.408 | 828.360 | 31 |
| Milano | 1.307.785 | 783.428 | 60 |
| <i>Torino</i> | <i>909.717</i> | <i>207.101</i> | <i>23</i> |
| Napoli | 1.020.120 | 193.149 | 19 |
| Bologna | 382.006 | 186.810 | 49 |
| Genova | 641.437 | 160.231 | 25 |
| Firenze | 376.760 | 135.913 | 36 |
| Palermo | 686.551 | 104.548 | 15 |
| Bari | 331.568 | 104.249 | 31 |
| Venezia | 291.531 | 29.416 | 10 |
| Catania | 339.271 | 22.377 | 7 |
| Cagliari | 167.490 | 15.215 | 9 |
| Totale | 9.100.644 | 2.770.797 | 30 |
| Italia | 54.940.044 | 4.093.577 | 7 |

Fonte: elaborazione OCP su dati "Giornale dello Spettacolo" - Borsa Teatro

sente è fortemente influenzato, specie nel periodo estivo, da turisti presenti alle manifestazioni, veri destinatari di una parte consistente delle programmazioni delle aree a più forte economia turistica;

- tradizionalmente, una parte consistente degli spettacoli in regione – sia a Torino sia soprattutto nei territori regionali decentrati – è a libero ingresso, e quindi non registrata in alcuna statistica, anche se strutturata in circuiti e programmazioni tutt'altro che estemporanei, bensì costanti e di largo respiro.

L'effetto combinato di questi due fattori tende a sottostimare la reale incidenza dei biglietti per abitante, specie in confronto a realtà caratterizzate da una maggiore presenza turistica.

Borsa Teatro in Piemonte

Secondo i dati della Borsa Teatro rilevati settimanalmente, gli spettatori nel 2001 delle attività teatrali e musicali in regione sono stati quasi 400.000, circa il 17% dei biglietti rilevati dalla SIAE nel 1999. I dati si riferiscono dunque ad un campione di 19 città in regione: i capoluoghi, con l'unica eccezione di Cuneo, e altri 12 comuni. Le sale monitorate sono state 35, di cui 13 a Torino.

La distribuzione sul territorio evidenzia, oltre ad una netta prevalenza della provincia di Torino con il 74% degli spettatori, la provincia di Cuneo (rappresentata da Alba) con il 9%, Novara con l'8,7% e Alessandria con il 6%. L'incidenza delle restanti province non supera l'1% sul totale regionale. È da sottolineare, tuttavia, come la distribuzione sul territorio sia fortemente condizionata dall'attività del Teatro Stabile di Torino che gestisce la programma-

Tab.16 SPETTATORI NELLE SALE TEATRALI IN PIEMONTE (2001)

| CITTÀ | PROVINCIA | SPETTATORI | INCASSO (LIRE) | GIORNI | REPLICHE | SPETTATORI/ REPLICHE | INCASSO/ REPLICHE (LIRE) |
|---------------|-----------|----------------|-------------------|------------|------------|-------------------------|--------------------------------|
| Acqui Terme | AL | 1.138 | 20.513 | 3 | 3 | 379 | 6.838 |
| Alessandria | AL | 12.636 | 311.737 | 25 | 26 | 486 | 11.990 |
| Casale Monf. | AL | 5.919 | 162.332 | 14 | 14 | 423 | 11.595 |
| Tortona | AL | 6.003 | 201.295 | 20 | 20 | 300 | 10.065 |
| Asti | AT | 486 | 6.266 | 1 | 1 | 486 | 6.266 |
| Moncalvo | AT | 349 | 5.833 | 1 | 1 | 349 | 5.833 |
| Biella | BI | 660 | 11.145 | 2 | 2 | 330 | 5.573 |
| Cossato | BI | 498 | 15.611 | 1 | 1 | 498 | 15.611 |
| Alba | CN | 35.796 | 594.651 | 80 | 87 | 411 | 6.835 |
| Borgomanero | NO | 907 | 14.538 | 4 | 4 | 227 | 3.635 |
| Novara | NO | 32.734 | 667.228 | 51 | 52 | 630 | 12.831 |
| Villadossola | NO | 930 | 27.281 | 2 | 2 | 465 | 13.641 |
| Nichelino | TO | 589 | 3.892 | 2 | 2 | 295 | 1.946 |
| Pinerolo | TO | 300 | 9.600 | 1 | 1 | 300 | 9.600 |
| Rivoli | TO | 355 | 7.279 | 1 | 1 | 355 | 7.279 |
| Torino | TO | 291.072 | 8.921.874 | 620 | 657 | 443 | 13.580 |
| Verbania | VB | 625 | 13.736 | 2 | 2 | 313 | 6.868 |
| Varallo Sesia | VC | 269 | 3.055 | 1 | 1 | 269 | 3.055 |
| Vercelli | VC | 3.249 | 38.018 | 11 | 11 | 295 | 3.456 |
| Totale | | 394.515 | 11.035.884 | 842 | 888 | 444 | 12.428 |

Fonte: elaborazione OCP su dati "Giornale dello Spettacolo" - Borsa Teatro

zione del Teatro Sociale di Alba e del Teatro Coccia di Novara. Infatti, se si analizzano le affluenze, si vede come Alba abbia il più alto numero di giorni di programmazione e di pubblico subito dopo Torino, mentre Novara è al primo posto per media di spettatori per replica. Al di fuori del circuito dello Stabile di Torino, il teatro con la maggiore affluenza risulta essere il Teatro Comunale di Alessandria. Per quanto riguarda la provincia di Alessandria, tuttavia, vediamo come anche in questa parte del territorio la gestione della programmazione sia da attribuire almeno in parte al Teatro Stabile di Torino?⁶¹?

Altra zona di una certa rilevanza secondo i dati di affluenza della Borsa Teatro è quella di Vercelli, dove il Teatro Barbieri ha totalizzato quasi 3.000 presenze in 9 giorni monitorati. Per quanto riguarda la città di Torino, nelle 13 sale monitorate dall'AGIS sono stati emessi 291.000 biglietti per un totale di quasi 9 miliardi di lire, di cui circa il 10% relativo a 15 concerti di musica leggera tenutisi in un unico teatro.

Lo spettacolo dal vivo nei censimenti Ocp

Come ogni anno l'Osservatorio rileva le presenze dello spettacolo dal vivo attraverso il monitoraggio diretto dei soggetti attivi sul territorio regionale. I settori monitorati dall'OCP sono le attività teatrali, le attività musicali e le manifestazioni temporanee e i festival.

Attività teatrali

Il pubblico rilevato dalle compagnie monitorate dall'OCP è di circa 970.000 presenze per la stagione 1999/2000. Di queste, circa un terzo è relativo ad attività di tournée o di ospitalità di altre compagnie teatrali ed è comprensivo – per una parte – delle affluenze gratuite ad eventi ad ingresso libero o all'aperto (ad esempio il teatro di strada). Il dato è solo parzialmente confrontabile con la stagione precedente, poiché include una quota di pubblico non precedentemente censito e considera l'attività di nuovi gruppi di recente costituzione.

Come già altre volte evidenziato, anche nel settore teatrale la presenza di innumerevoli soggetti che operano a livello semiprofessionale inducono a sottostimare il pubblico in regione. Ciononostante, il dato sopra riportato, attorno al milione di presenze, è relativo alle compagnie più attive e consolidate sul territorio, responsabili della quota assolutamente maggioritaria degli spettacoli a pagamento che rappresentano la base di tutti i censimenti. Infatti, confrontando i dati dichiarati dalle compagnie teatrali con i dati raccolti dalla SIAE negli ultimi tre anni in Piemonte, si riscontra una forte convergenza su analoghe soglie quantitative ed una relativa stabilità nel tempo.

Le oscillazioni contenute fanno pensare ad una situazione di stabilità nel consumo di teatro in Piemonte. Si può ipotizzare in molte situazioni una "stabilità relazionale" tra i soggetti principali della scena teatrale piemontese ed il proprio pubblico di riferimento, ove gli spettatori stabiliscano legami di "fedeltà" oltre che con le sedi (siano queste teatri tradizionali, centri polivalenti o simili), anche e soprattutto con le compagnie teatrali in ragione della loro proposta culturale⁶².

Attività musicali

Dal monitoraggio dei soggetti attivi nel campo musicale sono state rilevate circa 575.000 presenze di pubblico, in gran parte realizzate sul territorio regionale. Il dato include le affluenze ad ingresso gratuito siano esse all'aperto o in spazi non espressamente deputati. Il dato non è pienamente confrontabile con l'anno precedente in quanto include una quota della domanda censita per la prima volta. È da sottolineare che le affluenze riportate sono quelle effettivamente dichiarate dalle organizzazioni e dunque certificabili, sebbene frutto, in alcuni casi, di stime ed approssimazioni per quanto riguarda una parte delle iniziative gratuite. Ma, più in generale, esiste un problema di quantificazione del pubblico delle attività musicali derivante dalla complessità stessa del settore musica. Infatti, le presenze sopra riportate sono per lo più attribuibili alla

⁶¹ Il Teatro Stabile di Torino opera a vari livelli nella programmazione del Teatro Civico di Tortona e del Teatro Municipale di Casale Monferrato.

⁶² Un fenomeno analogo, relativo alla relazione tra la domanda e l'offerta e le implicazioni delle sovvenzioni pubbliche allo spettacolo in Italia, è stato evidenziato dal Rapporto Nomisma *Lo spettacolo dal vivo in Emilia Romagna* realizzato da Paolo Leon nel 1995.

musica definita “colta” o musica classica. Sfugge al monitoraggio tutta quella parte di pubblico che assiste a spettacoli di musica definita “leggera” al di fuori delle sedi istituzionali, dei circuiti dei teatri che ospitano i grandi eventi (pubblico in questo caso rilevato dalla SIAE), come nel caso della musica in spazi commerciali polifunzionali quali la discoteca o il locale “underground”. Chi assiste a concerti di gruppi emergenti o semiprofessionali in locali o circoli culturali e centri sociali compone una tipologia di pubblico per la quale il consumo di musica (non solo commerciale) non è necessariamente il risultato di una scelta fortemente motivata dall’interesse per un interprete o per un particolare repertorio, ma costituisce un consumo culturale integrato nel proprio tempo libero. Paradossalmente, forse proprio perché meno motivata dallo specifico programma o dal singolo interprete, questa tipologia di pubblico mostra una sua costanza nel consumo e stabilisce verosimilmente relazioni con circuiti e reti di luoghi, alla base di comportamenti di forte consumo culturale, aperti ad una integrazione tra musica e tempo libero e caratterizzati da una minor selettività “a priori” rispetto al pubblico della musica colta.

Festival

La realtà dei festival sta assumendo negli anni un’importanza sempre maggiore nel panorama dell’offerta di spettacoli dal vivo. Le presenze per il 2000, per i 67 soggetti monitorati dall’Osservatorio, ammontano a circa 1,2 milioni di biglietti venduti. Rispetto all’anno precedente si rileva un netto calo attribuibile quasi esclusivamente alla diminuzione di affluenze rilevate dalla manifestazione Giorni d’Estate, la quale è passata da 1,6 milioni nel 1999 a 900.000 nel 2000. Ciò non implica una battuta d’arresto dei consumi culturali a Torino, bensì un cambiamento della formula festivaliera ed una riduzione di eventi di piazza ad ingresso gratuito. Infatti, il 2000 ha visto l’esordio di una nuova formula di festival, l’Extra-Torino Festival, il quale ha rappresentato una novità nel panorama torinese: la nuova offerta ha in parte ri-orientato i comportamenti di consumo dei partecipanti ai vari festival ed alle manifestazioni che convergevano in Giorni d’Estate.

Dalle analisi dei dati dei singoli festival confrontabili negli anni e dal caso di Giorni d’Estate emerge come il pubblico dei festival, più di qualsiasi altra tipologia di pubblico, sia più sensibile all’offerta o a situazioni contingenti non sempre prevedibili e controllabili da parte degli operatori culturali. Il cambiamento di sede o la gestione congiunta di momenti del festival o anche solo condizioni climatiche avverse per i festival all’aperto, come pure la contemporaneità di svolgimento di differenti manifestazioni, rappresentano variabili in grado di condizionare fortemente le affluenze. A differenza del pubblico delle stagioni teatrali o musicali, il pubblico dei festival seleziona sulla base dell’offerta “estemporanea”, non necessariamente e sempre per adesione alla proposta culturale. Tuttavia, la mancanza di una ricognizione sistematica sul pubblico dei festival in regione non consente di analizzare nel dettaglio le dinamiche di comportamento dei fruitori e, dato non trascurabile per la realtà piemontese, i possibili “travasi” di pubblico fra festival che si svolgono in uno stesso periodo.

I circuiti dello spettacolo dal vivo

Lo scenario dello spettacolo dal vivo è estremamente complesso in virtù dell'articolazione dei diversi settori che lo compongono. Da quanto emerso nel precedente paragrafo vi è una miriade di realtà molto differenti tra loro, che operano, in cooperazione o in "concorrenza" a seconda delle esigenze, per affermare la loro presenza sul territorio. In questo contesto si inseriscono i circuiti dello spettacolo, o meglio sistemi di interazione tra strutture produttive o organizzative in grado di distribuire geograficamente in rete il loro prodotto culturale.

Piemonte in musica

È un circuito promosso dalla Regione Piemonte che si occupa della diffusione e della promozione della musica classica in regione. Si pone come un servizio di decentramento rivolto ai comuni piemontesi che non avrebbero, diversamente, le risorse per accedere ad una programmazione musicale di livello medio-alto. Coordinato dall'Unione Musicale, il circuito coinvolge anche le più grandi strutture in regione: Teatro Regio di Torino, l'Orchestra Sinfonica Nazionale della Rai, l'Orchestra Filarmonica di Torino. I concerti proposti nel 2000 sono stati 610, per un totale di circa 150.000 di spettatori, tutti ad accesso gratuito.

A partire dai 133 concerti proposti nella prima edizione nel 1985, l'iniziativa si è notevolmente sviluppata arrivando ad interessare complessivamente in sedici anni 5.000 comuni, per un totale di più di un milione di presenze, mai rilevate dalle statistiche in quanto ad ingresso gratuito.

Piemonte a teatro

Il Teatro Stabile di Torino è impegnato nell'organizzazione della stagione teatrale in diverse sedi decentrate. Il Circuito Regionale Teatrale fornisce non solo supporto tecnico e logistico alle realtà locali, ma offre collaborazione per lo sviluppo di progetti specifici. I comuni coinvolti nella stagione 1999/2000 sono stati 20 ed hanno ospitato 263 recite, mentre le presenze complessive sono state 112.000.

Teatro Ragazzi Giovani Piemonte

Il progetto è nato nel 1992, con lo scopo di coordinare e valorizzare il lavoro delle compagnie teatrali impegnate nella produzione rivolta a bambini e a ragazzi. Nel 2000 i comuni coinvolti dal circuito sono stati 38, con 102 spettacoli rappresentati per un totale di 281 recite. Nel complesso, gli spettatori sono stati 51.000, ai quali vanno aggiunti i 2.800 partecipanti ai laboratori didattici.

Nelle iniziative sono state coinvolte 62 compagnie teatrali di cui circa la metà piemontesi.

Piemonte al cinema. Il cinema diffuso

Si tratta di un circuito distributivo coordinato dall'AIACE di Torino: per quanto non si tratti di spettacolo dal vivo, viene qui citato in quanto svolge un'opera di diffusione capillare sul territorio, con forti analogie all'operato degli altri circuiti nei rispettivi generi. Giunto nella stagione 1999/2000 alla quinta edizione, si propone di promuovere e diffondere proposte d'essai nei piccoli centri generalmente esclusi dalla circuitazione di una programmazione non puramente commerciale. I titoli proposti sono stati 16, proiettati per 190 giorni in 25 città differenti. Le presenze complessive sono state quasi 20.000.

Blues al femminile

Giunto alla sua decima edizione, propone concerti di musica blues e soul in tutte le province piemontesi. Nell'edizione 1999/2000 ha interessato 21 comuni per un totale di 10.435 spettatori. I concerti proposti sono stati 38, cui vanno aggiunti 7 incontri: l'iniziati-

va si caratterizza come un circuito tematico multidisciplinare, poiché a fianco dei concerti vengono proposte mostre fotografiche, proiezioni cinematografiche e di documentari dedicati a maestre del canto blues, jazz, soul, gospel.

I Circuiti regionali dello Spettacolo non sono le uniche realtà che si pongono come obiettivo la diffusione sul territorio di una proposta culturale altrimenti non fruibile nelle zone della regione meno servite. Vi sono infatti altri operatori culturali che, attraverso legami e collaborazioni con istituzioni pubbliche o con operatori locali, decentrano la propria attività o realizzano progetti in coproduzione, sviluppando di fatto una rete di distribuzione al di fuori dei grandi circuiti consolidati.

Una visione di insieme

A conclusione del paragrafo sui consumi di spettacoli, si propone di seguito una tabella che mette a confronto – per quanto concesso – le differenti fonti utilizzate, per riassumere gli ordini di grandezza generali.

Emerge con grande evidenza come le presenze complessive monitorate dall'OCP nei diversi settori siano superiori a quelle rilevate dalla SIAE, poiché l'accertamento fiscale si limitava, fino al 2000, a rilevare i biglietti effettivamente emessi, mentre non erano comprese nel rilevamento SIAE le attività ad ingresso gratuito o le manifestazioni all'aperto.

Nel complesso, possiamo stimare in circa 2,5 milioni le presenze alle attività teatrali e musicali rilevate dall'OCP. Il dato è relativo alle affluenze dichiarate dagli operatori culturali che hanno aderito al censimento sulla produzione culturale in regione. Per quanto questo dato rappresenti le affluenze accertate da parte degli operatori, vanno considerate comunque come una quota parte delle affluenze "reali".

Tab.17 SPETTATORI DELLE ATTIVITÀ TEATRALI E MUSICALI IN PIEMONTE: CONFRONTO TRA LE FONTI

| GENERI | SIAE 1999 | OCP 2000 | BORSA TEATRO |
|------------------|-----------|-----------|--------------|
| Prosa | 828.003 | | |
| Dialettale | 67.162 | | |
| Burattini | 30.274 | | |
| Totale teatro | 925.439 | 970.000 | 370.891 |
| Lirica | 115.797 | 170.321 | |
| Balletti | 68.201 | | |
| Concerti danza | 66.892 | | |
| Totale danza | 135.093 | | |
| Musica classica | 298.290 | 311.921 | |
| Operetta | 24.551 | | |
| Rivista musicale | 109.379 | | |
| Musica leggera | 692.816 | | 23.624 |
| Saggi culturali | 55.891 | | |
| Festival | | 1.048.098 | |
| Totale | 2.357.256 | 2.500.340 | 394.515 |

Fonte: elaborazione OCP su dati "Giornale dello Spettacolo" – Borsa Teatro; SIAE; OCP

In realtà il campione dell'Ocp comprende le strutture più consolidate operanti in regione, pur non censendo una serie di manifestazioni a pagamento, rilevate invece dalla Siae, che fino al 2000 ha fornito i dati di tutti gli spettacoli a pagamento in maniera esaustiva. Manca dai rilevamenti Ocp tutta l'attività delle sedi teatrali che ospitano spettacoli di compagnie teatrali non piemontesi, le attività amatoriali, le attività musicali nei locali e i grandi concerti di musica leggera non organizzati da operatori piemontesi e che si tengono al di fuori dei festival estivi e delle principali manifestazioni. Inoltre, il censimento Ocp da un lato comprende solo una parte dei biglietti a pagamento e dall'altro include una quota importante di presenze a manifestazioni ad ingresso gratuito, consentendo di far emergere una parte consistente di domanda non rilevata attraverso le fonti ufficiali e lo sbigliettamento, come più volte sottolineato nei paragrafi precedenti: in altri termini, la tabella 18 mostra un forte impatto delle manifestazioni a carattere gratuito che rappresentano una realtà consistente rispetto alle manifestazioni a pagamento.

1.6 CINEMA

Cinema in Europa: un confronto sui dati del 2000

In quasi tutta l'Europa Occidentale⁶³, il 2000 è stato un anno particolarmente fortunato per i consumi di cinema che, grazie ad aumenti consistenti in molti paesi, hanno superato i risultati raggiunti nel 1998. In effetti, nella maggior parte delle nazioni europee si è registrato un incremento di pubblico (seppure con tassi percentuali tra loro molto differenziati), mentre gli unici paesi a denunciare un calo sono l'Italia (-1%), il Portogallo (-6%), la Danimarca (-2%) e l'Islanda (-1%).

Gli incrementi più consistenti si hanno nei Paesi Bassi (+15%), in Austria e in Francia con oltre l'8%. Tuttavia il dato più interessante è quello relativo all'Irlanda che, oltre ad aver consolidato gli spettatori del 1998, ha guadagnato un ulteriore 20% rispetto al 1999, assestandosi a quasi 15 milioni di spettatori.

Il primo mercato in Europa rimane la **Francia** con quasi 166 milioni di biglietti venduti, anche se non sono stati del tutto recuperati gli spettatori persi nel 1999. Si tratta comunque del paese con il più alto numero di schermi, per un totale di oltre 5.000. L'articolazione dell'offerta territoriale, che vede incrementarsi soprattutto il numero di multisale con 3-5 schermi, porta ad un indice medio di uno schermo ogni 11.590 persone mentre, per ciò che concerne le frequenze annuali di consumo, il dato di 2,8 biglietti per abitante colloca la Francia al quinto posto della graduatoria europea.

La **Germania** si conferma al secondo posto per ampiezza del mercato con 152 milioni di spettatori nel 2000, il 2,4% in più rispetto all'anno precedente. Il rapporto tra numero di schermi ed abitanti rimane inferiore a quello francese, mantenendosi su di un livello di poco al di sotto di 18.000 abitanti per schermo.

Anche per la **Gran Bretagna** l'incremento rispetto al 1999 si limita ad un + 2,5%, in un mercato nazionale che, con circa 142 milioni di spettatori, si pone al terzo posto della classifica europea. Nonostante una elevata distribuzione geografica sul territorio (12 schermi ogni mille km²) rimane su livelli alti il numero di schermi per abitanti (circa 19.000 abitanti per ogni schermo).

Dopo l'impennata del 1999 che aveva registrato un incremento del 17%, pare essersi assestato anche il pubblico della **Spagna**, con 135 milioni di biglietti venduti nel 2000, il 3% in più dell'anno precedente. Per ciò che concerne l'intensità dei consumi pro capite, con una frequenza annuale di 3,4 biglietti per abitante, la Spagna si colloca al terzo posto dopo l'Islanda (7,85) e l'Irlanda (3,94). Prosegue il rinnovamento dell'esercizio cinematografico spagnolo, seppur a ritmi più contenuti rispetto all'anno precedente. Il numero di posti è salito nel 2000 a quasi 1,3 milioni, rappresentando l'offerta di gran lunga più alta di tutti i paesi europei.

Secondo i dati di Media Salles l'**Italia** chiude il 2000 in perdita di quasi un milione di spettatori, assestandosi sotto i 100 milioni. Nonostante gli investimenti nel rinnovo del parco sale e l'aumento degli schermi (circa 3.000) la frequenza pro capite rimane una delle più basse di tutta l'Europa Occidentale (1,7 biglietti per abitante). Il consumo del pubblico italiano continua a rimanere fortemente legato all'attrattività della programmazione nelle sale e si rileva una scarsa dimestichezza di larghe fasce della popolazione al consumo cinematografico abituale, come componente di una ritualità delle pratiche culturali (il cinema almeno una volta alla settimana o due volte al mese). Il pubblico italiano mostra un'attenzione selettiva verso l'offerta cinematografica, che risente quindi in modo assai marcato dell'assenza o meno di blockbuster e dell'attrattività della programmazione. In questo contesto si ripropone il problema della stagionalità che vede, durante i mesi estivi, il "blocco" dell'esercizio cinematografico.

⁶³ I dati citati di seguito derivano dal monitoraggio Media Salles che comprende: Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Islanda, Irlanda, Italia, Lussemburgo, Paesi Bassi, Norvegia, Portogallo, Regno Unito, Spagna, Svezia, Svizzera.

Gli spettatori cinematografici a Torino nel 2001

Nel 2001 la domanda complessiva di spettacoli cinematografici a Torino⁶⁴ si è mantenuta pressoché costante: rispetto al 2000 si riscontra una crescita dell'1,60%, mentre rispetto al 1999 non si evidenziano variazioni di rilievo (-0,15%). Dopo un periodo di flessione dei consumi, dunque, il 2001 è stato un anno di moderata ripresa. Gli spettatori complessivi rilevati in 52⁶⁵ sale della città sono stati 3,2 milioni, per un totale di incassi pari a circa 32 miliardi di lire (oltre 16,5 milioni di euro).

L'andamento della domanda mensile presenta periodi di crescita rispetto al 2000 alternati a momenti di flessione, coerenti tuttavia con le consuete dinamiche di consumo annuali. Il primo trimestre dell'anno ha recuperato gli spettatori persi nel 2000 attestandosi su un +12%. Il risultato particolarmente positivo è dovuto in gran parte al mese di marzo, con un aumento di spettatori di oltre il 20%, e di febbraio, con quasi il 15% in più, mentre gennaio, pur chiudendosi con un positivo 4,78%, non ha eguagliato i dati del 1999. Contrariamente all'anno precedente, nei mesi primaverili di aprile e maggio si è rilevata una perdita pari a circa il 10%, mentre i mesi estivi tra giugno e agosto hanno fatto registrare un recupero dovuto soprattutto a un buon risultato di giugno.

L'ultimo trimestre dell'anno si chiude in perdita a causa di un calo di quasi il 16% nel mese di dicembre (in rapporto al dicembre 2000), benché rispetto allo stesso mese del 1999 la differenza si traduca in una crescita del 13%. La flessione è in parte spiegabile con i buoni risultati dell'anno precedente e soprattutto con il diverso andamento nelle sale dei blockbuster natalizi: il film evento del Natale del 2001, *Harry Potter e la pietra filosofale*, ha avuto 12.145 spettatori in meno del successo del 2000, *Chiedimi se sono felice*, nonostante un maggiore periodo di permanenza nelle sale⁶⁶. Un'altra spiegazione per la flessione degli spettatori è il ritardo con cui sono usciti gli altri film natalizi del 2001: all'inizio di dicembre era uscito un solo film contro i due del 2000, a metà mese tre contro i cinque del 2000 e a ridosso delle festività natalizie quattro contro i due del 2000. Inoltre i film di animazione per bambini (*Atlantis: l'impero perduto*, *Momo*, *Aida degli alberi*) sono usciti solo il 21 dicembre 2001.

Analizzando nel dettaglio l'andamento mensile delle affluenze, si rileva come queste siano ancora fortemente influenzate dalla programmazione nelle sale e dalla performance di singole pellicole. Infatti, osservando la classifica dei film più visti a Torino, si nota come la presenza di film di notevole impatto commerciale nelle sale coincida con i periodi di incremento degli spettatori. All'aumento di gennaio ha contribuito la presenza di un blockbuster italiano quale *Chiedimi se sono felice*, uscito il 15 dicembre 2000, tra i film più visti a Torino sia nel 2000 sia nel 2001. I mesi di febbraio e marzo segnano una crescita rispetto al 2000, dovuta ad una rosa di film che per affluenza si collocano nella classifica dei più visti dell'anno. In particolare, in questi mesi sono usciti otto dei venti film più visti nel 2001, tra i quali tre pellicole italiane: *L'ultimo bacio*, *Le fate ignoranti* e *La stanza del figlio*.

Questi tre film rappresentano un fenomeno significativo nel panorama della produzione nazionale: proiettati nello stesso periodo⁶⁷, hanno richiamato nelle sale complessivamente 251.807 spettatori, il 42% in più del film evento italiano *Chiedimi se sono felice*. Lo straordinario successo in termini di spettatori di queste tre pellicole ha determinato la loro lunga permanenza nelle sale; sono stati infatti i film proiettati più a lungo a Torino nel 2001⁶⁸. Questo successo è spiegabile anche grazie alla connotazione nazionale dei film: dopo anni di dibattiti sulla crisi produttiva del mercato cinematografico italiano, la presenza simultanea nelle sale di tre film italiani in grado di attirare molti spettatori ha favorito sia il passaparola, sia "l'effetto traino" di un film verso l'altro, invece dell'affermarsi di un principio sostitutivo ("ne ho già visto uno") che avrebbe potuto deprimere la domanda.

Un altro fenomeno che emerge dall'analisi del panorama torinese è legato all'impatto delle politiche distributive adottate a livello nazionale e della progressiva globalizzazione del mercato cinematografico. In questi anni l'interesse dei gestori cinematografici e delle case distributrici si è concentrato sull'allungamento della stagione cinematografica: per molti anni in

⁶⁴ Il monitoraggio delle sale cinematografiche in regione avviene mediante il rilevamento delle affluenze da parte del servizio Cinetel. I dati relativi alle presenze e agli incassi vengono successivamente inviati dall'Acis piemontese all'Ocp. I dati riguardano la totalità dei cinema di prima visione presenti a Torino.

⁶⁵ Dato relativo al numero di sale monitorate nel dicembre 2001.

⁶⁶ *Harry Potter e la pietra filosofale* è uscito il 6 dicembre 2001, mentre *Chiedimi se sono felice* è uscito il 15 dicembre 2001.

⁶⁷ *La stanza del figlio* di Nanni Moretti dal 9 marzo 2001 al 5 settembre 2001; *L'ultimo bacio* di Gabriele Muccino dal 2 febbraio 2001 al 27 settembre 2001; *Le fate ignoranti* di Ferzan Ozpetec dal 16 marzo 2001 al 4 ottobre 2001.

⁶⁸ *L'ultimo bacio*, 385 giorni, *Le fate ignoranti*, 323 giorni, e *La stanza del figlio*, 305 giorni di programmazione.

Italia il periodo estivo (giugno, luglio, agosto ed i primi giorni di settembre) è stato caratterizzato dalla chiusura delle sale, da un crollo del numero di spettatori e dalla mancanza di nuove pellicole immesse sul mercato. Tale situazione ha determinato una stagione cinematografica più corta dell'anno solare ed è stata responsabile del "blocco" del mercato cinematografico nei mesi estivi, peculiarità del mercato italiano.

In questi ultimi anni si è assistito al tentativo lento, ma progressivo, di evitare questo blocco delle uscite nei mesi estivi: nel luglio 2000 è uscito nelle sale un film di grande richiamo (*Mission Impossibile II*). Questa prima esperienza ha avuto esiti positivi, facendo registrare a luglio 2000 una crescita del 103% sullo stesso mese del 1999.

Nell'estate 2001 l'esperienza è proseguita con l'uscita di vari film con buone capacità di richiamo. I blockbuster estivi *Pearl Harbour* e *Shreck* sono usciti a inizio giugno 2001, richiamando complessivamente nella sola città di Torino oltre 106.000 spettatori, a fronte degli oltre 81.000 spettatori di *Mission Impossibile II*. Tuttavia, la particolarità della stagione estiva 2001 non risiede solo nell'uscita di queste due pellicole, ma nella presenza di un ventaglio più ampio d'opportunità e di un'offerta maggiormente variegata. L'aumento degli spettatori ad agosto (+14%) è spiegabile soprattutto con la contemporanea presenza sugli schermi di diversi film "interessanti": oltre alle nuove uscite, sono continuate le proiezioni sia dei film di giugno sia dei film italiani precedentemente menzionati, mentre la diminuzione degli spettatori nel mese di luglio (-11% rispetto al 2000) è spiegabile soprattutto con l'ottimo risultato ottenuto nel luglio 2000.

A Torino, nei mesi di giugno, luglio e agosto, il numero di spettatori è cresciuto sia nel 2000 sia nel 2001, anni in cui vi sono state nuove uscite significative durante la stagione estiva: nel 2001 si è registrato il 10,86% di spettatori in più rispetto al 2000 e il 36,16% in più rispetto al 1999. Il continuo aumento di spettatori potrebbe essere un segnale dell'effettivo successo delle politiche di prolungamento della stagione cinematografica e di un attenuamento di una consolidata abitudine italiana. Ciononostante, allo stato attuale delle cose, i mesi estivi continuano a presentare valori inferiori rispetto al resto dell'anno: nel 2001 il mese di maggiore affluenza estiva è stato giugno (mese conclusivo delle tradizionali stagioni cinematografiche) con 170.089 spettatori, circa il 70% in meno rispetto al mese di ottobre (mese di effettivo inizio della stagione cinematografica) dello stesso anno.

L'esercizio cinematografico a Torino

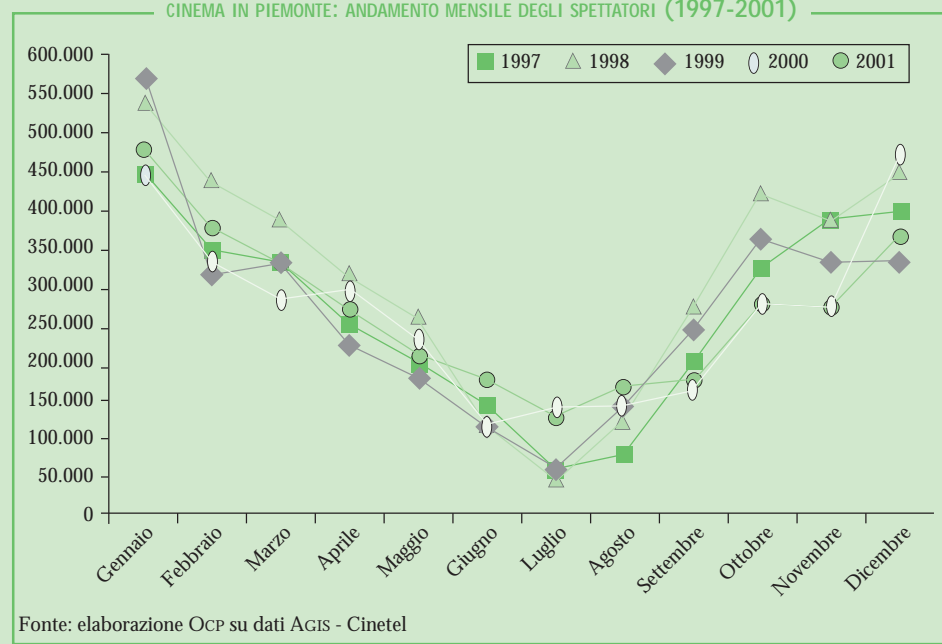
Negli ultimi cinque anni il numero di sale cinematografiche di prima visione del capoluogo è aumentato considerevolmente, passando da una media di 38 schermi attivi nel 1997 ai 52 del dicembre 2001. Lo sviluppo dell'esercizio cinematografico in città si deve più al rinnovamento di strutture preesistenti che alla creazione di nuovi spazi. L'incremento del numero di sale subisce una forte accelerazione, soprattutto nella seconda metà del 2001, quando nel giro di pochi mesi vengono aperti al pubblico otto schermi ricavati dal frazionamento di due monosale di grandi dimensioni. L'evoluzione dell'esercizio ha avuto anche riflessi per quanto concerne la distribuzione sul territorio. La forte concentrazione delle sale nelle zone centrali della città – nel 1997 il 64% degli schermi erano situati nel centro storico – è progressivamente diminuita in termini relativi rispetto al resto del territorio. Infatti, mentre il numero degli schermi nella zona centrale è rimasto quasi invariato, vi sono state diverse riaperture di sale cinematografiche nelle zone periferiche della città: negli ultimi tre anni gli schermi fuori dal centro storico sono passati dai 18 del 1999 ai 25 del 2001 e di conseguenza la percentuale degli schermi presenti nelle zone centrali rispetto agli schermi totali nel 2001 è scesa al 54%. Nonostante l'aumento delle sale cinematografiche in periferia, più dei due terzi degli spettatori torinesi preferiscono a tutt'oggi recarsi nei cinema "centrali", i quali rappresentano poco più della metà delle sale complessive.

Il numero degli spettatori a Torino nell'ultimo quinquennio non ha subito variazioni di rilievo: l'incremento del 2001 sul 1997 è di circa 1%. Ad eccezione del 1998, anno in cui

il blockbuster *Titanic* ha contribuito a portare nelle sale quasi 3,8 milioni di spettatori, il pubblico in città sembra essersi assestato intorno ai 3,2 milioni. La maggiore disponibilità di spazi non ha comportato dunque un effettivo aumento degli spettatori e il pubblico che frequenta le sale in città si distribuisce secondo l'offerta programmata. La media di spettatori per schermo è quindi notevolmente calata dal 1997 al 2001 in quasi tutti i mesi dell'anno, anche a causa del frazionamento di grandi monosale in multisale di due, tre fino a cinque schermi. L'unica eccezione è rappresentata dal periodo estivo tra giugno e agosto, dimostrazione di un'inversione di tendenza che tende allo "sblocco" della stagionalità.

In conclusione, l'incremento maggiore del numero di sale è avvenuto negli ultimi mesi del 2001 ed è quindi ancora difficile registrare, in un periodo così breve, eventuali effetti positivi nell'incremento della domanda, anche se i primi dati osservati non sembrano andare in questa direzione. Le stesse difficoltà di valutazione riguardano l'evoluzione del rapporto tra fruizione cinematografica nel centro della città o negli ambiti periurbani: anche in questo caso la maggior parte degli schermi "periferici" ha aperto negli ultimi mesi del 2001, ed è ancora presto per registrare variazioni significative. In tutti i casi sembra evidenziarsi una dinamicità dell'offerta che, anche attraverso forti investimenti, tenta di incidere sulla domanda, ampliandola, attirando nuove fasce, proponendo maggior comfort nelle nuove sale, una diversa articolazione territoriale ed una diversa programmazione stagionale nel tentativo di innalzare i consumi estivi. Per contro, dalla lettura dei dati sugli spettatori, si ricava come la domanda reagisca con un certo ritardo a queste innovazioni, che trovi difficoltà ad una significativa espansione, che opponga, cioè, una certa inerzia all'insieme di nuove offerte. Sarà dunque assai interessante, nel prossimo futuro, un monitoraggio attento alle variazioni, anche piccole, delle abitudini di consumo degli spettatori, per verificare se emergono segni di una effettiva incidenza del rinnovamento dell'offerta cinematografica sulle pratiche culturali consolidate o se queste ultime, per contro, mostrano sui tempi lunghi una loro resistenza, non solo "economica" ma anche "antropologica", al cambiamento. Tale monitoraggio risulta quanto mai necessario anche in seguito all'apertura del multiplex Pathé di 11 schermi al Lingotto (aprile 2002).

CINEMA IN PIEMONTE: ANDAMENTO MENSILE DEGLI SPETTATORI (1997-2001)

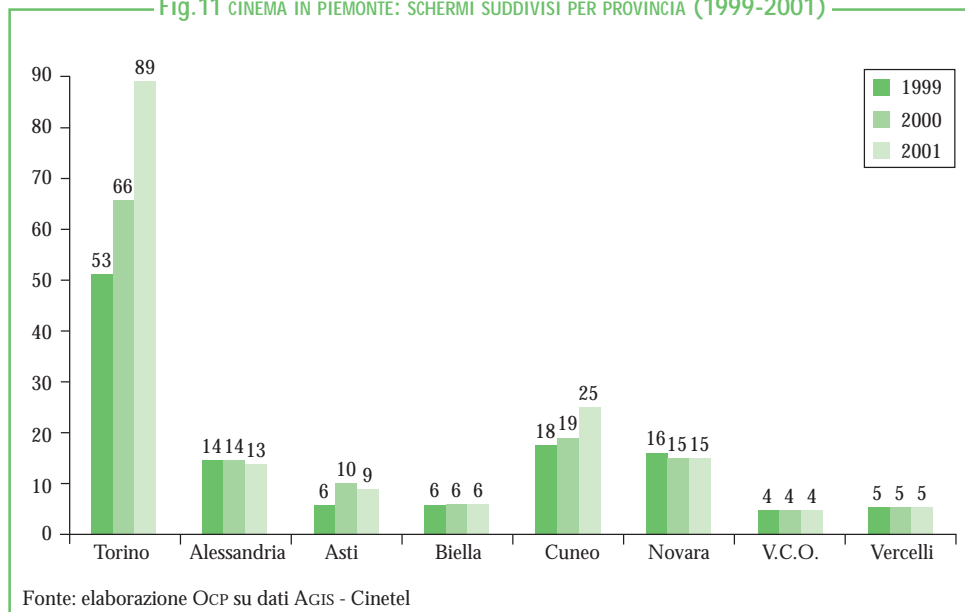


Il monitoraggio delle province piemontesi nel 2001

Il campione AGIS-Cinetel è in continua espansione sia per l'apertura di nuove sale sia per l'inclusione nel monitoraggio di altre città di provincia. Nel primo caso non sussistono complicazioni relative alla definizione del campione oggetto d'analisi, in quanto l'apertura e la chiusura di sale è un fenomeno che fa parte della "vita naturale" del campione. L'estensione del monitoraggio a nuove città richiede invece l'utilizzo di cautele nel trattamento dei dati, in quanto l'aumento di biglietti conseguente non rappresenta un incremento reale della domanda, ma l'inclusione di una parte della domanda non censita in precedenza. Per rendere conto della complessità delle dinamiche del mercato locale è necessario quindi mettere in relazione differenti gruppi di insiemi di cinema e città. Si deve infatti ricordare che le dinamiche del mercato cinematografico sono fortemente influenzabili nelle loro geografie dalla riarticolazione territoriale dell'offerta: l'apertura di complessi multiplex nelle vicinanze di una città, ad esempio, può deviare il flusso di spettatori, determinando effetti di trasferimento geografico e sostituzione, pur in una sostanziale stabilità della dimensione quantitativa del pubblico e dei biglietti venduti nella provincia di riferimento; al contrario, la chiusura di una sala, riducendo verticalmente in alcuni territori l'offerta di spettacoli cinematografici, può tradursi in una reale e sostanziale diminuzione della domanda.

A titolo d'esempio di simili dinamiche territoriali sono da citarsi i casi delle città di Cuneo e di Novara che hanno visto il proprio mercato ridursi in maniera significativa a partire dal 1999, in seguito all'apertura dei complessi multiplex di Borgo San Dalmazzo (CN) e di Castelletto Ticino (NO), particolarmente attrattivi per lo spettatore. Un caso da analizzare con attenzione nel prossimo futuro è rappresentato dal complesso multiplex di Beinasco nei pressi di Torino: la dimensione di questa nuova cittadella del cinema richiede infatti una valutazione dell'incidenza e degli impatti sul panorama della domanda e dell'offerta dell'area metropolitana.

Fig.11 CINEMA IN PIEMONTE: SCHERMI SUDDIVISI PER PROVINCIA (1999-2001)



Tab.18 CINEMA IN PIEMONTE: SPETTATORI (1999-2001)*

| PROVINCIA | CITTA | SCHERMI 1999 | SCHERMI 2000 | SCHERMI 2001 | VAL. ASS. 1999 | VAL. ASS. 2000 | VAL. ASS. 2001 | VAR. ASS. 2000-1999 | VAR. ASS. 2001-2000 | VAR. % 2000-1999 | VAR. % 2001-2000 |
|-----------|---------------------------|--------------|--------------|--------------|----------------|----------------|----------------|---------------------|---------------------|------------------|------------------|
| | Torino | 42 | 43 | 52 | 3.273.477 | 3.217.144 | 3.268.514 | -56.333 | 51.370 | -1,72 | 1,60 |
| TO | Pinerolo | 3 | 4 | 4 | 111.883 | 131.977 | 137.097 | 20.094 | 5.120 | 17,96 | 3,88 |
| AL | Alessandria | 9 | 9 | 9 | 354.827 | 336.906 | 347.960 | -17.921 | 11.054 | -5,05 | 3,28 |
| AL | Casale Monf. | 3 | 3 | 2 | 114.348 | 98.248 | 91.441 | -16.100 | -6.807 | -14,08 | -6,93 |
| AT | Asti | 6 | 5 | 4 | 198.905 | 176.823 | 173.824 | -22.082 | -2.999 | -11,10 | -1,70 |
| BI | Biella | 6 | 6 | 5 | 213.014 | 226.201 | 237.561 | 13.187 | 11.360 | 6,19 | 5,02 |
| CN | Cuneo | 4 | 1 | 1 | 175.649 | 58.037 | 34.084 | -117.612 | -23.953 | -66,96 | -41,27 |
| NO | Novara | 5 | 4 | 4 | 196.345 | 159.887 | 152.033 | -36.458 | -7.854 | -18,57 | -4,91 |
| NO | Borgomanero | 4 | 4 | 4 | 123.550 | 91.176 | 95.391 | -32.374 | 4.215 | -26,20 | 4,62 |
| V.C.O. | Verbania | 4 | 4 | 4 | 107.554 | 93.582 | 97.860 | -13.972 | 4.278 | -12,99 | 4,57 |
| Vc | Vercelli | 5 | 5 | 4 | 124.952 | 118.164 | 118.031 | -6.788 | -133 | -5,43 | -0,11 |
| | Totale confrontabile 1999 | 91 | 88 | 93 | 4.994.504 | 4.708.145 | 4.753.796 | -286.359 | 45.651 | -5,73 | 0,97 |
| | Collegno | 5 | 5 | 5 | 67.075 | 155.053 | 133.450 | -21.603 | -21.603 | -13,93 | |
| TO | Venaria Reale | 3 | 3 | 3 | 7.927 | 144.818 | 154.976 | 10.158 | 10.158 | 7,01 | |
| AL | Acqui Terme | 2 | 2 | 2 | 21.999 | 51.923 | 53.362 | 1.439 | 1.439 | 2,77 | |
| CN | Borgo | | | | | | | | | | |
| | San Dalmazzo | 6 | 10 | 10 | 17.416 | 329.366 | 441.654 | 112.288 | 112.288 | 34,09 | |
| CN | Bra | 5 | 5 | 5 | 47.548 | 128.877 | 140.058 | 11.181 | 11.181 | 8,68 | |
| CN | Dogliani | 3 | 3 | 3 | 18.007 | 44.488 | 46.215 | 1.727 | 1.727 | 3,88 | |
| NO | Castelletto | | | | | | | | | | |
| | Ticino | 7 | 7 | 7 | 95.442 | 343.272 | 389.376 | 46.104 | 46.104 | 13,43 | |
| | Totale confrontabile 2000 | 122 | 123 | 128 | 5.269.918 | 5.905.942 | 6.112.887 | 206.945 | 206.945 | 3,50 | |

Tab. 18 (continua)

| PROVINCIA | CITTA | SCHERMI 1999 | SCHERMI 2000 | SCHERMI 2001 | VAL. ASS. 1999 | VAL. ASS. 2000 | VAL. ASS. 2001 | VAR. ASS. 2000-1999 | VAR. ASS. 2001-2000 | VAR. % 2000-1999 | VAR. % 2001-2000 |
|-----------|------------------|--------------|--------------|--------------|----------------|----------------|----------------|---------------------|---------------------|------------------|------------------|
| To | Carmagnola | | 1 | 1 | | 12.292 | 48.527 | | | | |
| To | Chieri | | 1 | 2 | | 6.596 | 56.388 | | | | |
| To | Chivasso | | 2 | 2 | | 16.692 | 64.594 | | | | |
| To | Ivrea | | 4 | 4 | | 26.998 | 119.111 | | | | |
| To | Moncalieri | | 1 | 1 | | 8.768 | 42.774 | | | | |
| To | Pianezza | | 2 | 2 | | 24.372 | 59.400 | | | | |
| At | Nizza Monf. | | 5 | 5 | | 14.455 | 49.108 | | | | |
| To | Avigliana | | | 1 | | | 9.516 | | | | |
| To | Beinasco | | | 9 | | | 533.224 | | | | |
| To | Rivoli | | | 1 | | | 11.959 | | | | |
| To | Settimo Torinese | | | 2 | | | 22.687 | | | | |
| Bi | Pray | | | 1 | | | 6.644 | | | | |
| CN | Savigliano | | | 6 | | | 11.645 | | | | |
| Vc | Borgosesia | | | 1 | | | 7.379 | | | | |
| | Totale Piemonte | 122 | 139 | 166 | 5.269.918 | 6.016.115 | 7.155.843 | | | | |

*Il numero di città monitorate nel campione AGIS-Cinetel è in continuo aumento. Le città vengono considerate confrontabili rispetto al 1999 o al 2000 se i dati relativi a tutti i 12 mesi di tale anno sono disponibili, in caso contrario vengono riportati i dati relativi all'anno incompleto ma non le variazioni percentuali. L'aumento delle sale all'interno dei campioni confrontabili è dovuto alle nuove aperture o alle riaperture di sale cinematografiche chiuse per ristrutturazione.

Fonte: elaborazione OCP su dati AGIS-Cinetel

Per l'anno 2001 l'esercizio cinematografico monitorato dall'OCP in regione comprende 32 città per un totale di 166 schermi⁶⁹. Gli spettatori sono stati poco più di 7 milioni e la spesa del pubblico ha raggiunto una quota di 74 miliardi di lire (oltre 38 milioni di euro).

Il campione confrontabile sui tre anni a partire dal 1999⁷⁰ ha fatto registrare nel 2001 4,7 milioni di spettatori, per una spesa complessiva di 48 miliardi di lire (circa 25 milioni di euro). Dopo un biennio di continua flessione⁷¹, la domanda di spettacoli cinematografici in Piemonte nel 2001 presenta un'inversione di tendenza, con una crescita dell'1% rispetto al 2000. Tuttavia, poiché Torino rappresenta il 45% degli spettatori monitorati, la valutazione è fortemente condizionata dalle dimensioni del mercato del capoluogo piemontese. Escludendo Torino dal campione, si osserva una diminuzione dello 0,5% rispetto al valore del 2000, riduzione talmente contenuta che si può parlare di un quadro stazionario: nel 2000, sempre escludendo Torino dal campione di riferimento, la flessione rispetto al 1999 era stata molto più pronunciata (-13%). La situazione migliora ulteriormente se si correlano le affluenze di pubblico del campione confrontabile con le dinamiche di crescita del numero di schermi nelle province. Il campione confrontabile dal 1999 riguarda infatti solo i cinema dei capoluoghi di provincia e di altre tre città, e non tiene conto delle sale che hanno aperto nelle loro vicinanze. Escludendo Cuneo e Novara dal suddetto campione, nel 2001 gli spettatori sono aumentati del 2% rispetto al dato del 2000. Appare evidente uno spostamento degli spettatori verso altre strutture che non fanno parte del campione analizzabile sui tre anni. Questo fenomeno è confermato dall'analisi del campione confrontabile solo per il biennio 2000/2001 – comprendente Torino e Cuneo, Novara e i complessi multisala di Borgo San Dalmazzo (CN) e Castelletto Ticino (NO) – laddove si registra una crescita del 3%. Questi dati evidenziano l'impatto dei complessi multisala all'interno del mercato cinematografico piemontese. L'incisività di tali strutture risulta ancor più evidente se si prende in considerazione la città di Beinasco (TO)⁷², dove il complesso a nove schermi è divenuto, in soli nove mesi di attività, il secondo mercato nella regione per numero di spettatori, mentre il terzo mercato è rappresentato proprio dal complesso a 10 schermi di Borgo San Dalmazzo (CN).

In sintesi, seppur con modeste variazioni rispetto agli anni precedenti, il 2001 è stato un anno di crescita per il mercato cinematografico non solo piemontese ma anche nazionale, caratterizzato tuttavia da fenomeni di segno inverso, che rendono molto più movimentate le dinamiche locali rispetto a quanto emerge dalla lettura dei dati aggregati a livello regionale o nazionale. Grandi città e nuovi complessi multisala ottengono risultati positivi, ed in alcuni casi brillanti, mentre nuclei urbani di provincia mostrano difficoltà di tenuta di fronte alla concorrenza dei multiplex o flessioni accentuate nei periodi di minor vivacità della programmazione.

In termini temporali, la prima parte dell'anno è stato un periodo positivo, con un primo trimestre in crescita dell'11,4% con forti incrementi a febbraio e a marzo ai quali fanno seguito le flessioni dei mesi di aprile e maggio, in calo rispetto al 2000 rispettivamente del 15,6% e del 12,5%. Il mese di giugno si presenta in notevole crescita, con un dato complessivo regionale di +43,5% rispetto allo stesso mese del 2000, in linea con l'incremento a livello nazionale (+59%). In confronto ai rispettivi mesi del 2000, la stagione estiva vede la diminuzione degli spettatori a luglio (-21,6%) ed una crescita nel mese di agosto (+10,5%) e di settembre (+11,2%) e, in misura minore, di ottobre (+1,2%) e novembre (+3,3%). Il 2001 si chiude con una flessione di dicembre del 16% rispetto allo stesso mese del 2000.

Per ciò che concerne le singole aree geografiche, il monitoraggio della **provincia di Torino** (Torino esclusa) si è arricchito rispetto agli anni scorsi arrivando a coprire 13 città, per un totale di 37 schermi⁷³. Gli spettatori totali del 2001 sono stati 1.393.703 con un incasso di circa 15 miliardi di lire (oltre 7,7 milioni di euro).

A Pinerolo prosegue il trend positivo con una crescita annuale di circa il 4% rispetto al 2000 e di oltre il 20% rispetto al 1999. Le dinamiche di consumo mensili del 2001 rispetto al 2000 evidenziano variazioni percentuali analoghe a quelle riscontrate a Torino, indice di un pubblico anche in questo caso sensibile alla programmazione nelle sale. Unica eccezione rispetto a Torino è il mese di agosto in cui si registra una netta diminuzione degli spettatori, imputa-

⁶⁹ Inclusa Torino.

⁷⁰ Il campione comprende tutti i capoluoghi di provincia della regione e altre tre città di provincia (Pinerolo, Borgomanero e Casale Monferrato).

⁷¹ Nel 2000 gli spettatori complessivi erano stati quasi il 6% in meno di quelli del 1999 e il 20% in meno rispetto al 1998.

⁷² Il Warner Village "Le Fornaci" di Beinasco ha aperto nell'aprile del 2001.

⁷³ 14 in più rispetto al 2000 e 26 in più rispetto al 1999.

bile probabilmente al periodo di chiusura delle quattro sale cittadine, più prolungato rispetto al mese di agosto del 2000.

Il complesso a tre sale a Venaria Reale ha registrato un incremento di circa il 7% rispetto al 2000, a fronte della diminuzione annua del 14% di Collegno: è ipotizzabile che la vicinanza sia delle sale più moderne della prima cintura, tra cui il multiplex di Beinasco e il complesso di Venaria, sia di diverse sale cinematografiche nella città di Torino, abbia determinato lo spostamento degli spettatori di Collegno verso altre sale cinematografiche. Infatti, l'apertura nell'aprile del 2001 a Beinasco di un nuovo complesso multiplex a nove schermi, dotato di ampio parcheggio e situato all'interno di un centro commerciale, ha in qualche modo alterato la distribuzione degli spettatori nella zona, ed avrà probabilmente in futuro significativi effetti sull'intera area metropolitana. In nove mesi 533.224 spettatori si sono recati in questo complesso, un quarto di quanti hanno frequentato tutte le sale di Torino nello stesso periodo. In media, ciascuna sala di Beinasco ha richiamato il doppio degli spettatori di una sala di Ivrea in 12 mesi. Il complesso sorge nella prima cintura di Torino, il suo bacino d'utenza si presenta quindi come estremamente ampio, in quanto si rivolge sia agli abitanti della città di Torino più prossimi, sia ad una parte della periferia torinese povera di schermi.

Nella **provincia di Alessandria** il numero di sale monitorate è sceso da 14 a 13 a causa della chiusura di una sala a Casale Monferrato. Nel complesso gli spettatori dell'alessandrino sono stati 492.763, per una spesa di circa cinque miliardi di lire (quasi 2,6 milioni di euro).

Alessandria ha avuto una crescita degli spettatori del 3% rispetto al 2000, arrivando a 348.000 spettatori e 3,7 miliardi di incassi (1,9 milioni di euro), sebbene in calo rispetto ai risultati del 1999. L'andamento mensile degli spettatori nei primi mesi dell'anno ricalca l'andamento di Torino: rispetto al 2000 i primi tre mesi sono stati di crescita, aprile e maggio presentano flessioni importanti (aprile -20% e maggio -18%) e giugno è nuovamente in crescita (+60%). Nei mesi di luglio e agosto gli spettatori sono diminuiti rispetto agli stessi mesi del 2000 (luglio -38% e agosto -13%) in seguito alla diminuzione del numero di giornate di programmazione, determinata dalla chiusura delle sale per le vacanze estive⁷⁴. I mesi autunnali (settembre, ottobre e novembre) sono nuovamente in crescita rispetto al 2000 ma l'anno si conclude con la flessione del 13% di dicembre.

La città di Casale Monferrato vede ulteriormente diminuire gli spettatori, scesi nel 2001 ben al di sotto dei 100.000. Su questo decremento può aver in parte influito la chiusura di una sala, che ha portato ad una perdita di circa il 7% rispetto al 2000 e del 20% rispetto al 1999.

Nella **provincia di Asti**, in cui sono censiti solo il capoluogo e, dal novembre 2000, Nizza Monferrato, il numero degli schermi monitorati è diminuito, passando da 10 a 9, a causa della chiusura di una sala nel capoluogo; nel complesso la provincia registra una spesa di 2,5 miliardi di lire (quasi 1,3 milioni di euro) per 223.000 spettatori.

L'andamento mensile della città di Asti si discosta da quello regionale per la diminuzione degli spettatori rispetto al 2000 nel mese di gennaio e nel mese di ottobre. Nonostante un forte incremento dei visitatori nel mese di giugno (quasi il 100% in più rispetto al 2000), si registra nel complesso una diminuzione di quasi il 2% degli spettatori annuali, dovuta soprattutto alle perdite importanti dei mesi di luglio (-55%) e di dicembre (-23%). La diminuzione degli spettatori si contrappone ad un aumento degli incassi (+3%): il costo medio dei biglietti è infatti passato da 10.500 a 11.000 lire, arrivando a dicembre ad un costo medio di 11.800 lire. Rispetto al 1999, nel 2001 il numero di spettatori complessivi è diminuito del 12% e il numero di sale nella città è passato da sei a quattro.

Nel 2001 il numero delle sale monitorate nella **provincia di Biella** è rimasto invariato: nel capoluogo una sala ha chiuso ma è stata inserita nel monitoraggio la città di Pray, dotata a sua volta di una sola sala.

Biella presenta un incremento annuale degli spettatori pari al 5,02% rispetto al 2000 e si caratterizza come il capoluogo della regione con la crescita annuale più importante. L'andamento mensile rispetto al 2000 rispetta quello regionale. La chiusura per lavori di una delle sei sale presenti, nel secondo semestre dell'anno, non ha determinato effetti negativi

⁷⁴ Numero di giorni di programmazione: luglio 2000: 87; luglio 2001: 76; agosto 2000: 57; agosto 2001: 47.

sulla domanda di spettacoli cinematografici, mentre i primi sei mesi dell'anno presentano una crescita complessiva del 10% rispetto allo stesso periodo del 2000. Nel complesso, gli spettatori in provincia sono stati 244.000 per un totale di quasi tre miliardi di lire (oltre 1,5 milioni di euro).

Il monitoraggio della **provincia di Cuneo** si è arricchito nel corso del 2001 di una nuova città, Savigliano, in cui è presente un nuovo complesso multisala a cinque schermi e una sala tradizionale.

La città di Cuneo continua a risentire della concorrenza del multiplex di Borgo San Dalmazzo aperto nel dicembre 1999: nel 2001 gli spettatori sono diminuiti del 41% rispetto al 2000 e dell'80% rispetto al 1999. Infatti, dal giugno 2000 nella città opera una sola sala, che tuttavia ha visto aumentare il proprio pubblico di quasi il 47% rispetto al 2000. Questo indica come una parte degli spettatori della città di Cuneo sia rimasta fedele alla sala tradizionale, assicurandone la sopravvivenza. Il nuovo complesso di Borgo San Dalmazzo ha dunque inciso fortemente sulle dinamiche di consumo con la chiusura di tre delle quattro sale della città di Cuneo, ma nello stesso tempo ha promosso un allargamento del mercato rispetto a quello delle sale tradizionali della città: gli spettatori del solo multiplex nel 2001 superano del 130% il totale annuale delle quattro sale cittadine nel 1998.

Il multiplex non solo ha ampliato il mercato di riferimento ma, come dimostrano le affluenze di pubblico ivi registrate, ha consolidato la sua presenza sul territorio: il 2001 presenta un incremento degli spettatori complessivi del 34% rispetto al 2000, mentre gli unici mesi che presentano una flessione sono luglio (-33%) e dicembre (-5%), mesi in cui peraltro il numero di spettatori ha avuto un decremento in tutte le città censite. Nel resto dell'anno il numero di spettatori mensili si presenta con crescita importanti, con un picco del 96% a giugno e buoni risultati nei mesi di aprile (+21%) e maggio (+24%), mesi in cui, a livello regionale e nazionale, si è registrato al contrario un calo.

In conclusione, la presenza del multiplex ha incrementato il numero di spettatori complessivi della provincia, pur essendo tra le ragioni di una rivoluzione della distribuzione dell'offerta a sfavore del capoluogo; nel contempo ha ottenuto risultati interessanti non di rado in controtendenza rispetto alle oscillazioni stagionali, aumentando il pubblico o contenendo le perdite nei mesi in cui la diminuzione degli spettatori è stata un fenomeno generalizzato nell'intera regione.

Gli spettatori nella **provincia di Novara** sono aumentati del 7% rispetto al 2000 mentre il numero di sale è rimasto costante. Anche in questa provincia si può osservare uno spostamento degli spettatori dai complessi tradizionali ad una struttura multiplex, che ha sicuramente contribuito alla crescita delle dimensioni del mercato. Gli spettatori totali sono stati quasi 637.000 per una spesa di sette miliardi di lire (3,6 milioni di euro).

Il complesso di Castelletto Ticino, pur assorbendo il 61% degli spettatori totali della provincia, ha avuto un impatto di minore portata sulle strutture tradizionali rispetto al complesso di Borgo San Dalmazzo: la città di Novara ha perso il 22% degli spettatori rispetto al 1999 e quasi il 5% rispetto al 2000. L'andamento mensile di Novara segue in linea di tendenza l'andamento regionale, sebbene gennaio e agosto siano in perdita rispetto agli stessi mesi del 2000.

Il numero di sale a Borgomanero è rimasto costante dal 1999. Nel 2001 la città presenta una crescita del 4,6% rispetto al 2000, anno che aveva registrato un forte decremento (circa il 26%) rispetto al 1999. È presumibile che la perdita subita nel 2000 fosse dovuta all'apertura del complesso multiplex: si può dunque ipotizzare che gli spettatori, dopo un primo spostamento verso il nuovo complesso, siano parzialmente tornati a frequentare le quattro sale cittadine.

Il monitoraggio della **provincia del Verbano-Cusio-Ossola** si limita al capoluogo. La città presenta un aumento annuale del 4,5% ed il numero totale degli spettatori ha sfiorato i 98.000 spettatori, per una spesa di poco superiore al miliardo di lire (516.000 euro). Il primo semestre, sebbene penalizzato dalle forti perdite di aprile (-30%) e maggio (-32%), presenta una crescita del 6% rispetto al 2000, mentre il secondo semestre mostra una crescita del 3%, con luglio e dicembre che fanno registrare variazioni, rispetto agli stessi mesi del 2000, intor-

no al -20%. Nel complesso le variazioni mensili rispetto al 2000 sono allineate su quelle a livello regionale.

Dal 2001 è stata inserita nel monitoraggio della **provincia di Vercelli** la città di Borgosesia, dotata di una sala cinematografica. Nel complesso le presenze nella provincia sono state di circa 125.000 spettatori per una spesa di 1,5 miliardi di lire (circa 775.000 euro).

Nella città di Vercelli il totale degli spettatori è rimasto praticamente immutato rispetto al 2000 (-0,11%), e l'andamento delle variazioni mensili rispetto al 2000 segue il modello regionale, con l'unica eccezione della flessione del mese di ottobre (-6%).

Sale, multisale, multiplex: uno sguardo sulla programmazione in Piemonte

Le multisale monitorate dall'AGIS in Piemonte sono passate da 15 nel 1998 a 30 nel 2001, per un totale di 99 schermi. L'incidenza percentuale degli spettatori delle multisale sul panorama regionale è progressivamente aumentata negli ultimi anni, passando dal 37% del 1998 al 62% del 2001, per un totale di 4,4 milioni di biglietti venduti. In particolare, nell'ultimo anno c'è stato un balzo in avanti di sei punti percentuali in più rispetto all'incidenza rilevata nel 2000. Tale incremento è attribuibile in massima parte alle nuove aperture dei multiplex di Beinasco (nove schermi), di Borgo San Dalmazzo (dieci schermi) e di Castelletto Ticino (sette schermi), poiché l'analisi delle affluenze delle multisale tradizionali (tra tre-cinque schermi) confrontabili a partire dal 1999 evidenzia come, al contrario, la loro incidenza sul totale del pubblico scenda drasticamente. Ciò potrebbe indicare come l'effetto di novità rappresentato dall'introduzione nel mercato delle multisale, in media con tre, cinque schermi, vada almeno in parte diminuendo la sua capacità attrattiva. La concentrazione di più schermi in un'unica struttura, la gestione di più strutture da parte dello stesso esercente e la distribuzione in più aree urbane e periurbane⁷⁵ hanno rappresentato il primo passo verso il rinnovamento dell'esercizio cinematografico. Tuttavia, la modernizzazione tecnologica e l'integrazione tra distribuzione a monte e fruizione nei cinema a valle sembrano configurarsi come i nuovi elementi per lo sviluppo ulteriore del settore. Il multiplex risponde a queste esigenze, offrendo standard elevati in materia di comfort e livello tecnologico delle sale, mettendo inoltre a disposizione una serie di offerte diversificate per l'impiego del tempo libero quali ristoranti, bar, sale giochi, bingo, ecc. Ciononostante, i vantaggi derivanti dall'organizzazione logistica di più schermi in un unico multiplex non si traducono automaticamente in una maggiore differenziazione della programmazione per tipologia di pellicole, di nazionalità o di generi presenti. I multiplex adottano, infatti, strategie che portano allo sfruttamento intensivo delle pellicole, anche attraverso la proiezione di un titolo in più sale, o a rotazione in diverse sale, a seconda della capienza e della disponibilità dei posti a sedere. Si evidenzia nei multiplex una maggior flessibilità e capacità reattiva nell'adeguare la proiezione del film alla sala più congruente, per dimensione, alla quantità di spettatori previsti; l'integrazione di una molteplicità di sale di diverse dimensioni consente un'ottimizzazione costante del rapporto tra sala, titolo e quantità di pubblico, innalzando, di fatto, il tasso di utilizzo delle sale e la loro percentuale di occupazione media. Le dinamiche dell'offerta di spettacoli cinematografici dei multiplex, quindi, pur mostrando elementi di diversità rispetto alla programmazione delle sale tradizionali, non introducono elementi d'innovazione e di articolazione dell'offerta che la strutturazione integrata in complessi a molti schermi potrebbero consentire.

Ciò premesso, risulta interessante disaggregare i dati di pubblico e la programmazione in tre diversi casi o "mercati" da analizzare separatamente ed in parallelo:

- innanzitutto la città di Torino, caratterizzata da una buona offerta di spettacoli cinematografici, almeno in termini quantitativi, distribuiti sui suoi 52 schermi;
- un secondo caso rappresentato dall'insieme delle altre città capoluogo di provincia, dotate di meno schermi e caratterizzate da un minore periodo di permanenza dei film nelle sale;
- terzo ed ultimo caso, l'insieme dei multiplex⁷⁶, realtà relativamente recenti in regione.

⁷⁵ Alberto Brodesco, *Multiplex and Cultural Programming - Outline for a Case Study* (pubblicato all'indirizzo Internet: http://www.mediasalles.it/cr1_brodesco.htm).

⁷⁶ Beinasco: 9 schermi; Borgo San Dalmazzo: 10 schermi; Castelletto Ticino: 7 schermi.

Sebbene questa ripartizione mescoli criteri geografici, criteri di gerarchia dei poteri locali e criteri tipologici (metropoli di Torino, altri capoluoghi di provincia, insieme dei multiplex), producendo quindi una tassonomia altamente composita e poco rigorosa nelle sue regole discriminanti, ha nondimeno il pregio di comparare un mercato di grandi dimensioni caratterizzato da economie di agglomerazione ed elementi di innovazione (metropoli di Torino) con un mercato di minor complessità, di dimensioni più contenute e più "tradizionale" (gli altri capoluoghi di provincia) e con l'insieme di strutture più "aggressive" nei confronti della domanda e più innovative perlomeno per ciò che concerne il gigantismo architettonico e l'integrazione con altre offerte di *loisir*, dai ristoranti ai bingo (i nuovi multiplex). Oltre a fattori puramente quantitativi (numero di biglietti venduti, incassi e giorni di proiezione), in questo tipo d'analisi si è cercato di mettere a fuoco anche fattori di tipo qualitativo, attraverso lo studio della distribuzione delle "quote di mercato" relativamente ai 50 film più visti, a livello regionale, durante il 2001.

Tab.19 ANALISI DELL'OFFERTA: I 50 FILM PIÙ VISTI (2001)

| | PRESENZE INCASSI (LIRE) | VAL. ASS. | GIORNATE | VAL. % PRESENZE | VAL. % INCASSI | VAL. % GIORNATE |
|--------------------------------|----------------------------|-------------------|---------------|--------------------|-------------------|--------------------|
| <i>Piemonte</i> | | | | | | |
| USA | 2.452.247 | 25.897.214 | 12.463 | 49,80 | 50,20 | 49,10 |
| Coproduzioni USA | 1.097.443 | 11.459.366 | 5.771 | 22,30 | 22,20 | 22,70 |
| Italia | 1.048.057 | 10.979.871 | 5.392 | 21,30 | 21,30 | 21,20 |
| Altre | 327.169 | 3.269.654 | 1.775 | 6,60 | 6,30 | 7,00 |
| Totale | 4.924.916 | 51.606.105 | 25.401 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| <i>Torino</i> | | | | | | |
| USA | 843.540 | 8.429.056 | 2.941 | 41,80 | 41,90 | 41,90 |
| Coproduzioni USA | 508.371 | 5.068.177 | 1.791 | 25,20 | 25,20 | 25,50 |
| Italia | 496.394 | 4.955.383 | 1.700 | 24,60 | 24,60 | 24,20 |
| Altre | 171.606 | 1.657.024 | 591 | 8,50 | 8,20 | 8,40 |
| Totale | 2.019.911 | 20.109.640 | 7.023 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| <i>Capoluoghi di provincia</i> | | | | | | |
| USA | 614.099 | 6.723.554 | 3.599 | 53,50 | 53,60 | 49,80 |
| Coproduzioni USA | 235.144 | 2.567.137 | 1.648 | 20,50 | 20,50 | 22,80 |
| Italia | 230.741 | 2.563.088 | 1.480 | 20,10 | 20,40 | 20,50 |
| Altre | 67.625 | 696.626 | 495 | 5,90 | 5,60 | 6,90 |
| Totale | 1.147.609 | 12.550.405 | 7.222 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| <i>Multiplex</i> | | | | | | |
| USA | 543.757 | 5.983.034 | 2.555 | 59,10 | 59,70 | 53,40 |
| Coproduzioni USA | 200.687 | 2.179.424 | 1.085 | 21,80 | 21,70 | 22,70 |
| Italia | 134.493 | 1.445.894 | 881 | 14,60 | 14,40 | 18,40 |
| Altre | 40.539 | 416.519 | 260 | 4,40 | 4,20 | 5,40 |
| Totale | 919.476 | 10.024.871 | 4.781 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

Fonte: elaborazione OCP su dati AGIS-Cinetel

Le pellicole prese in considerazione sono state raggruppate in quattro categorie secondo la nazionalità di produzione:

- nazionalità italiana (al cui interno sono inserite anche le coproduzioni italiane con paesi dell'Unione Europea);
- nazionalità americana;
- coproduzioni americane;
- altre nazionalità, categoria definita come residuale rispetto alle altre tre.

Questa suddivisione serve ad evidenziare un altro tipo di differenziazione nell'offerta del prodotto filmico: oltre ad osservare la quota di mercato che i film più visti ricoprono nelle varie realtà prima descritte (Torino, altri capoluoghi e multiplex), si intende osservare anche, nelle diverse situazioni, le quote di mercato rappresentate dalle diverse nazionalità di produzione.

I 50 film più visti nel 2001 corrispondono al 77% dei biglietti staccati complessivamente nel mercato degli altri capoluoghi di provincia, al 67% nei multiplex, mentre rappresentano il 62% del mercato di Torino. Il mercato di **Torino** si caratterizza, tra le diverse realtà analizzate, come quello in cui il cinema di nazionalità italiana (25% del totale degli spettatori) e di "altra" nazionalità (8%) è più visto e gradito. Le coproduzioni americane rappresentano inoltre la percentuale più alta di mercato rispetto agli altri casi: a Torino hanno attirato il 25% degli spettatori, mentre nei multiplex toccano il 22%.

Il caso in cui emerge in tutta la sua forza il dominio del cinema americano è quello dei **multi-plex**, dove i film statunitensi assorbono il 59% del mercato dei 50 film più visti, contro la quota torinese del 42%. Tale percentuale cresce ulteriormente se si sommano i film di nazionalità americana e le coproduzioni americane, fino ad arrivare ad un livello intorno all'81%, mentre a Torino i film americani o coprodotti interessano il 67% degli spettatori. Nei multiplex i film di nazionalità non italiana e non americana assorbono il 4% degli spettatori e sono stati proiettati per 260 giorni su di un totale complessivo di 4.781 giornate di proiezione. I film italiani, sempre nei multiplex, sono stati proiettati per il 18% delle giornate totali in cui sono stati proiettati i 50 film, ma sono stati visti solo dal 15% degli spettatori, mentre i film americani sono stati proiettati per il 53% delle giornate e sono stati visti dal 59% degli spettatori.

Si deve osservare che nel mercato degli altri **capoluoghi di provincia** i film di nazionalità italiana hanno una buona visibilità. Il 20% delle giornate di proiezione dei 50 film più visti era dedicato ai film italiani, i quali hanno assorbito il 20% degli spettatori. Rimane comunque prevalente la quota di mercato di pellicole americane.

Osservando gli spettatori medi per giornata di proiezione, si nota come Torino mostri una sostanziale differenza rispetto alle altre realtà analizzate: si tratta del solo caso in cui gli spettatori medi per giornata di proiezione dei film italiani (292) sono più numerosi degli spettatori dei film americani (287), mentre gli spettatori medi dei film di "altre" nazionalità sono 290.

Negli altri casi analizzati gli spettatori medi per giornata sono decisamente superiori per i film americani, o, detto in altro modo, vi sono più spettatori quando vengono proiettati film americani rispetto ai periodi in cui vengono proiettati film di altre nazionalità; tale fenomeno ha il suo apice nel caso dei multiplex, in cui gli spettatori medi per giornata di proiezione di film americani sono 213, mentre per i film italiani sono 153 e per i film di nazionalità non americana e non italiana sono 156.

In sintesi, si evidenzia qui come i luoghi urbani, Torino innanzitutto, ma anche i capoluoghi di provincia, rimangano gli ambiti dove più articolata si mostra l'offerta e la programmazione, con un maggior equilibrio tra cinema americano e di altre nazionalità, pur rappresentando i multiplex l'offerta più aggressiva e di maggior impatto. Seppure non vi siano i termini per individuare chiaramente una polarizzazione geografica del mercato – film di nazionalità diverse per un pubblico più di nicchia in città e blockbuster americani nei multiplex periurbani e nei centri commerciali –, si individuano comunque elementi di articolazione dell'offerta che potrebbero in futuro portare ad una differenziazione anche geografica nella composizione e segmentazione del pubblico.

“Effetto Twin Towers” sulle presenze nelle sale cinematografiche

Un impatto diretto dell'attentato dell'11 settembre sui livelli di fruizione cinematografica non appare significativo, se si escludono i primi due o tre giorni dopo l'attacco: il pubblico cinematografico non sembra aver registrato una contrazione significativa, anzi appare in crescita nel periodo autunnale. Non è un fenomeno piemontese e nemmeno solo italiano: anche il pubblico americano, nonostante un momentaneo calo a ridosso dell'attentato, ha ripreso ad andare al cinema secondo le consuete abitudini. Le prime stime sul mercato Usa-Canada, riferite al periodo inizio di settembre - 21 ottobre, indicano un aumento di circa l'8%. In Francia sono stati venduti il 26% in più di biglietti rispetto al settembre 2000, mentre in Gran Bretagna l'aumento è stato del 13%.

In Italia il campione Cinetel evidenzia dinamiche simili a quelle sopra descritte. Il mese di settembre si chiude con un positivo 32%, mentre in Piemonte si ha un incremento del 18%⁷⁷.

A Torino l'aumento è stato più contenuto, con un 3,98% rispetto al settembre 2000. L'analisi delle affluenze giornaliere evidenzia come vi sia stato un calo del 36% il martedì 11 settembre, proseguito nei giorni successivi di mercoledì e giovedì nell'ordine, rispettivamente, del 18 e 15%. Benché rappresentino perdite consistenti, tali percentuali non sono indicative di un reale “effetto Twin Towers”, poiché sono decrementi rilevabili anche in altri giorni precedenti all'attentato.

Anche a Beinasco nel Warner Village, gestito dalla nota major americana di produzione e distribuzione cinematografica, le affluenze risultano pressoché invariate. Nel mese di settembre e ottobre le presenze sono state intorno a 81.000 spettatori, circa il 37% in più della media annuale.

In definitiva, l'effetto sul breve periodo è assai incerto, mentre sul lungo periodo è addirittura nullo. Va peraltro sottolineato come il settembre 2000 sia stato un mese con basse affluenze nelle sale e che gli incrementi percentuali rilevati a livello locale o nazionale possono in qualche modo risentire di questo fatto, rappresentando fluttuazioni congiunturali che non alterano significativamente i livelli di consumo. La programmazione ha attirato comunque pubblico al cinema, indipendentemente dai timori determinati dalla situazione internazionale.

L'unico effetto certo, rilevabile quantitativamente, è relativo al pubblico del film *Viaggio a Kandahar* di Mohsen Makhmalbaf, pellicola iraniana coprodotta dai francesi. Uscito nelle sale il 12 ottobre 2001⁷⁸, ha totalizzato quasi 92.000 spettatori in Piemonte, di cui 52.000 nel capoluogo torinese, cifra che consente un inserimento nella classifica dei 20 film più visti dell'anno. L'attenzione dei mass media sull'Afghanistan, sulla condizione femminile in quella nazione e sulle operazioni militari ha incentivato la curiosità verso questa pellicola, che altrimenti sarebbe stata destinata probabilmente a una programmazione di nicchia nelle sale d'essai, creando un caso di “attrazione”, proprio in ragione dei drammatici scenari in evoluzione.

⁷⁷ Dato relativo al campione AGIS-Cinetel confrontabile sul 2000.

⁷⁸ *Viaggio a Kandahar* è uscito a Torino cinque giorni dopo l'attacco americano in Afghanistan.

GLI ASPETTI ECONOMICI E OCCUPAZIONALI

2.1 LE RISORSE PER LA CULTURA

L'ammontare complessivo delle risorse pubbliche stanziare per il settore culturale in Piemonte viene stimato per il 2000 in circa 476 miliardi di lire (circa 246 milioni euro). Tali risorse comprendono la spesa dello Stato, della Regione, dei Comuni e delle Province.

La stima, occorre puntualizzare, rappresenta in realtà un'approssimazione per difetto delle risorse reali, in quanto non comprende gli interventi sul patrimonio culturale in tutti i casi in cui la gestione è affidata ad assessorati diversi da quelli alla cultura; allo stesso modo, non è stata inclusa la quota di interventi che, pur riguardando le attività e i beni culturali, viene cofinanziata da altri assessorati.

Per quanto riguarda la spesa dei comuni, i dati qui esposti sono tratti dai bilanci consuntivi dei 44 comuni piemontesi al di sopra dei 15.000 abitanti e di altri comuni che, sebbene abbiano un minore numero di abitanti, risultano d'interesse ai fini della ricerca poiché ospitano rilevanti eventi di carattere culturale¹. Per ciò che concerne la spesa dello Stato, sono compresi i dati a consuntivo 2000 del Fondo Unico per lo Spettacolo, i piani di spesa delle Soprintendenze piemontesi, la spesa per archivi e biblioteche². Si tiene conto della spesa per le biblioteche civiche, per le biblioteche statali e per gli archivi di Stato, ma sfuggono al conteggio le biblioteche specializzate e universitarie.

I 527 miliardi di lire stimati includono inoltre la quota degli utili destinata al Piemonte dai finanziamenti derivanti dal gioco del Lotto, ma non comprendono le risorse di carattere straordinario destinate alla realizzazione di interventi su specifici beni culturali come ad esempio i finanziamenti relativi all'accordo di programma – a cui partecipano l'Unione Europea, lo Stato, la Regione e gli enti locali – per il recupero e riutilizzo della Reggia di Venaria e per gli interventi di infrastrutturazione relativi alla viabilità generale o il sistema degli accessi al complesso – che sono stati stimati intorno ai 400 miliardi di lire (oltre 206 milioni di euro)³.

Alle risorse pubbliche per la cultura vanno sommate quelle di soggetti istituzionali non pubblici come le fondazioni di origine bancaria e le consulte per la valorizzazione del patrimonio artistico e culturale, che superano complessivamente nel 2000 i 100 miliardi di lire (circa 51,6 milioni di euro) e rappresentano una quota pari a circa il 20% delle risorse pubbliche investite in Piemonte nel settore culturale.

L'impegno di questi attori privati, seppur rilevante e significativo, rappresenta pur sempre solo una quota delle risorse messe a disposizione da parte dei privati per il settore culturale. Un quadro esaustivo dei flussi finanziari destinati al settore culturale dovrebbe infatti includere le risorse dei numerosi enti diffusi sul territorio che operano nell'ambito della cultura, quali associazioni, fondazioni, università ecc., come pure la spesa per sponsorizzazioni sostenute da aziende pubbliche e private destinata ad investimenti e attività nel settore dell'arte e della cultura.

Per quanto concerne la spesa dei cittadini per lo spettacolo dal vivo e per il cinema, si stima un importo tra i 130-140 miliardi di lire (tra i 67 e i 72 milioni di euro)⁴, mentre per l'ingresso a mostre e musei si stima una cifra attorno ai 10 miliardi di lire (5 milioni di euro)⁵.

Se si tiene conto di queste quote, nel conteggio delle risorse disponibili per i beni e le attività culturali si raggiunge una cifra attorno ai 770-780 miliardi di lire (oltre 400 milioni di euro), comunque calcolata per difetto per i motivi sopra esposti.

Una stima complessiva dovrebbe inoltre comprendere anche il giro d'affari dell'industria culturale e dei media, la spesa dei privati per opere d'arte, il fatturato delle gallerie d'arte, la spesa per hi-fi, videoregistratori, DVD, per l'acquisto e il noleggio di DVD, cassette e CD, i proventi degli artisti per diritti d'autore, nonché la spesa per il consumo di musica dal vivo nei locali.

Rispetto a questo insieme di risorse è possibile stimare l'attività di editoria libraria su circa 1.700 miliardi di lire (pari a circa 878 milioni di euro) di fatturato e quella relativa all'industria dell'audiovisivo-multimedia, che si attesta per il 2000 attorno ai 250 miliardi di lire (129 milioni di euro).

¹ I comuni con un numero di abitanti inferiore a 15.000 sono Vignale Monferrato che ospita la rassegna "Vignale Danza", Grinzane Cavour che ospita l'omonimo premio letterario e Orta S. Giulio, importante centro turistico e sede di pregevoli beni culturali.

² Fonte: per quanto riguarda archivi e biblioteche statali, SISTAN, *Statistiche Culturali*, 1999.

³ Fra i progetti aventi carattere straordinario, a integrazione di quanto previsto per la Reggia di Venaria, va menzionato l'Accordo di Programma Quadro in materia di Beni Culturali tra Stato e Regione Piemonte che, siglato il 18 maggio 2001, prevede per il prossimo quinquennio lo stanziamento di un ammontare complessivo di oltre 600 miliardi di lire, finalizzati ad interventi di valorizzazione sui beni storico-artistici, come pure alla promozione delle attività e dei servizi culturali sul territorio regionale.

⁴ La spesa relativa allo spettacolo dal vivo è stata stimata in circa 55 miliardi di lire. Per quanto riguarda il cinema si stima un importo pari a circa 85 miliardi. Tali importi potranno essere aggiornati non appena saranno a disposizione i dati della SIAE.

⁵ Nel rilevamento statistico mensile non è compreso l'incasso di mostre e musei. Si tenga conto che le molteplici tipologie d'ingresso esistenti tra i musei (sono oltre 80) danno luogo a differenze di pagamento rilevanti.

In Piemonte le risorse afferenti ai sub-settori direttamente osservati dall'OCP ammonterebbero quindi per il 2000 a oltre 2.700 miliardi di lire (1.394.000 euro).
Nei paragrafi successivi vengono brevemente descritti i principali risultati dell'indagine relativa alle risorse destinate alla cultura.

2.2 LE RISORSE PUBBLICHE PER LA CULTURA

La spesa dei comuni e delle province⁶

Per il 2000 la spesa in cultura dei 44 comuni piemontesi che superano i 15.000 abitanti, a cui si aggiunge quella di tre comuni di dimensioni più piccole ma d'interesse ai fini della ricerca, è stata calcolata in circa 214 miliardi di lire⁷ (circa 110.520.000 euro). Tale importo, pur attestandosi sui livelli di spesa degli anni precedenti, segna un contenuto incremento nella crescita delle spese dei comuni, calcolabile in un aumento del 3% rispetto al 1999, come evidenziato nella tabella 20.

Dei 214 miliardi complessivi 127 sono destinati alla spesa per attività culturali e 87 a musei, biblioteche e pinacoteche. Se si confrontano questi dati con quelli degli anni precedenti si può notare che la spesa per attività culturali è diminuita del 7% rispetto al 1999, mentre si è registrato un consistente incremento delle risorse stanziare per i beni culturali, pari al 24%. Nel 1999 erano state le attività culturali, invece, a registrare l'incremento maggiore (15% rispetto al 1998) contro il solo 2% di crescita della spesa per i beni culturali; viceversa, tra il 1997 ed il 1998 l'aumento più consistente riguardava la spesa per musei, biblioteche e pinacoteche (20%). Per il 2000, dunque, sembra riproporsi questo andamento altalenante delle spese per la cultura dei maggiori comuni piemontesi che, di anno in anno, vede crescere alternativamente le risorse per le attività o per i beni culturali.

L'incidenza delle spese in conto capitale per i beni culturali è pari al 21%, mentre per quanto riguarda le attività culturali si registra un'incidenza delle spese in conto capitale del 37%, dati che rispecchiano quanto detto in precedenza sull'aumento delle risorse per i beni culturali.

Il dato sulla spesa media complessiva per abitante passa da 93.575 lire del 1999 a 95.638 lire nel 2000 con un aumento pari al 2%, pressoché pari all'inflazione. Se rimane sostanzialmente stabile la spesa per abitante di Torino (138.000 lire nel 2000 contro le 137.000 del 1999), aumenta in modo sostanziale quella di Ivrea (148.000 lire nel 2000 contro le 119.000 del 1999), Acqui Terme (112.000 lire nel 2000, 72.000 nel 1999) e Savigliano (127.000 lire nel 2000, 89.000 nel 1999).

L'incidenza media della spesa corrente per la cultura sul totale delle spese correnti nel 2000 è pari al 4,1%; anche in questo caso, se si confrontano i dati degli anni precedenti, si può notare un andamento piuttosto altalenante: 3,8% nel 1999 e 4,1% nel 1998.

Per quanto concerne la spesa in cultura delle province piemontesi, per il 2000 si calcola un importo pari a 15,7 miliardi di lire⁸ (circa 8.110.000 euro). Anche se non si assiste più al considerevole aumento registrato fra il 1998 ed il 1999, in cui le risorse per la cultura erano più che raddoppiate, si è pur sempre di fronte ad un notevole livello di spesa, tenendo anche conto che le attività culturali nel 2000 non rientravano ancora fra i principali settori di attività delle province. La spesa delle province è comunque destinata ad aumentare nei prossimi anni in ragione del trasferimento di funzioni relative alla promozione culturale da parte della regione, in attuazione delle leggi regionali n. 44 del 2000 e n. 5 del 2001.

Tab.20 ANDAMENTO DELLE SPESE PER LA CULTURA DEI COMUNI PIEMONTESI*

| VALORI IN MILIARDI DI LIRE | | | |
|----------------------------|------|------|------|
| 1997 | 1998 | 1999 | 2000 |
| 153 | 165 | 208 | 214 |

*Si tratta delle spese dei 44 comuni al di sopra dei 15.000 abitanti e di altri tre comuni di più piccole dimensioni.
Fonte: elaborazione IRES su dati di bilancio delle amministrazioni comunali

⁶ Fonte: IRES, *Osservatorio sulla Finanza Locale*. La spesa relativa a province e comuni è stata calcolata in base ai dati contenuti nei bilanci consuntivi e, nel caso di quelli mancanti, in quelli preventivi. Sono state considerate le voci di spesa relative alle attività culturali e quelle per biblioteche, musei e pinacoteche, calcolando sia le spese correnti sia quelle in conto capitale.

⁷ Per il 2000 sono disponibili i certificati di bilancio di 41 comuni al di sopra dei 15.000 abitanti e di altri tre comuni (Vignale Monferrato, Orta San Giulio e Grinzane Cavour) considerati interessanti ai fini della ricerca in ragione delle manifestazioni realizzate. La spesa per cultura ammonta complessivamente a 204 miliardi di lire, di cui quasi 121,7 destinati ad attività culturali e 82,7 impiegati per musei. Per gli altri tre comuni al di sopra dei 15.000 abitanti la spesa è stata stimata utilizzando i certificati di bilancio degli anni precedenti.

⁸ Il dato di spesa relativo alle province è tratto dai bilanci consuntivi 2000, tranne che per le Province di Cuneo, Novara e Vercelli i cui dati si riferiscono al bilancio di previsione.

La spesa della Regione

La spesa della Regione è costituita da due grandi capitoli che si riferiscono alle due Direzioni dell'Assessorato regionale alla Cultura: la Direzione Beni Culturali e la Direzione Promozione Attività Culturali, Istruzione e Spettacolo.

Quest'ultima è articolata in cinque diversi settori d'intervento: Istruzione, Edilizia Scolastica, Promozione Attività Culturali, Spettacolo, Promozione del Patrimonio Culturale e Linguistico.

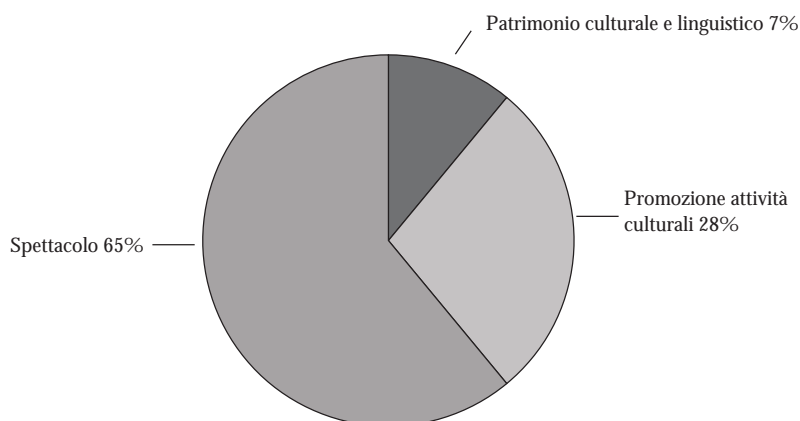
Nel calcolo delle risorse per la cultura non viene tenuto conto della quota di spesa relativa all'istruzione e all'edilizia scolastica; scorporando quindi questa cifra, la spesa degli altri settori ammonta per il 2000 a 50,9 miliardi (circa 26.290.000 euro), evidenziando un lieve incremento, pari al 2,4%, rispetto al 1999.

La distribuzione tra i diversi capitoli di spesa è illustrata nella figura 11.

La spesa della Direzione Beni e Attività Culturali – suddivisa a sua volta nei settori Biblioteche, Archivi ed Istituti Culturali, Soprintendenza Beni Librari, Musei e Patrimonio Culturale, Università e Studi Scientifici – ammonta nel 2000 a oltre 96 miliardi di lire (circa 50 milioni di euro)⁹ con un aumento rispetto al 1999 del 16%, incremento che conferma il trend di crescita della spesa manifestatosi già negli anni precedenti.

La ripartizione della spesa nei principali capitoli della Direzione Beni Culturali per il 2000 è illustrata nella figura 12.

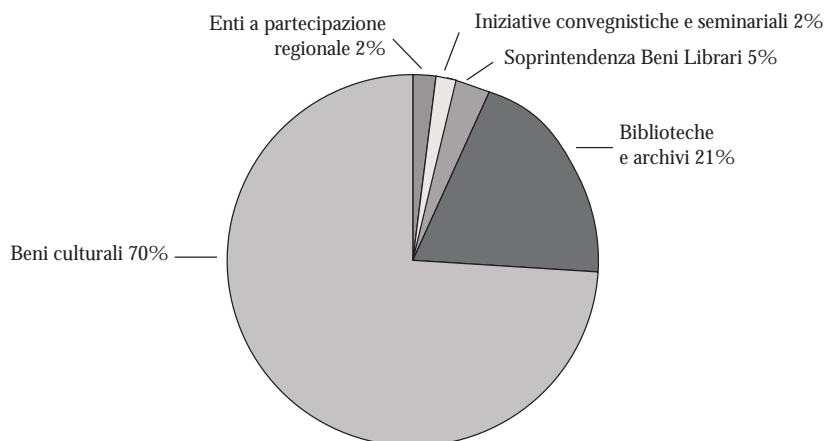
Fig.11 SUDDIVISIONE PER TIPOLOGIA D'INTERVENTO DELLA DIREZIONE ATTIVITÀ CULTURALI DELLA REGIONE PIEMONTE (2000)



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

⁹ L'importo non è comprensivo delle risorse afferenti al settore Università e Studi Scientifici, se non per la quota relativa a enti a partecipazione regionale e seminari e convegni.

Fig. 12 SUDDIVISIONE PER PRINCIPALI CAPITOLI DI SPESA DELLA DIREZIONE BENI CULTURALI DELLA REGIONE PIEMONTE (2000)



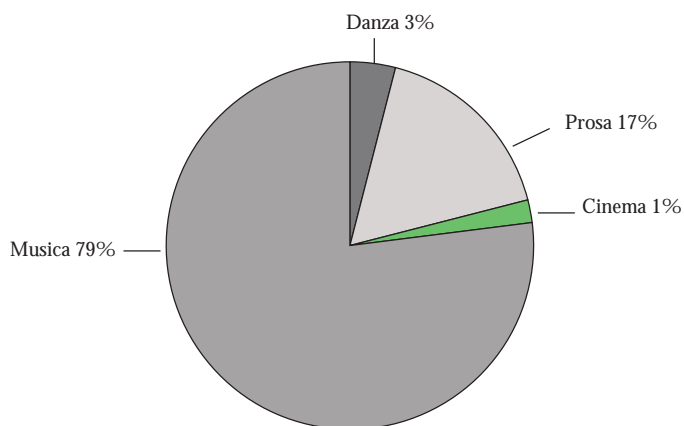
Fonte: elaborazione OCP su dati Regione Piemonte - Direzione Beni Culturali

La spesa dello Stato

Il Fondo Unico dello Spettacolo

Il Fondo Unico dello Spettacolo ha destinato al Piemonte per il 2000 risorse per 47,6 miliardi di lire¹⁰ (circa 24.583.000 euro), con un incremento rispetto al 1999 pari al 4,1%. Rispetto al totale nazionale dei finanziamenti del FUS, che ammontano a complessivi 970 miliardi di lire, la quota relativa al Piemonte rappresenta il 4,9%. Dal confronto con le altre regioni del Nord Italia, il Piemonte è al quarto posto per entità di finanziamenti allo spettacolo dal vivo, dietro a Lombardia, Veneto ed Emilia-Romagna, mentre si trova all'ottavo posto su scala nazionale.

Fig. 13 RIPARTIZIONE DEI FINANZIAMENTI DEL FONDO UNICO DELLO SPETTACOLO IN PIEMONTE, PER SETTORE (2000)



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

¹⁰ Fonte: Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Dipartimento dello Spettacolo, Osservatorio dello Spettacolo, *Relazione sulla utilizzazione del Fondo Unico dello Spettacolo 2000*.

Nella ripartizione dei finanziamenti per settore d'intervento (danza, prosa, cinema, musica) emerge chiaramente – confermando la linea adottata dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali a livello nazionale anche negli anni precedenti – come sia il settore musicale ed essenzialmente la musica lirica ad assorbire la maggior parte delle risorse destinate al Piemonte (37,7 miliardi di lire, pari al 79% del totale regionale). Tali fondi riguardano principalmente gli Enti Lirici e, nella fattispecie, la Fondazione Teatro Regio di Torino, mentre le altre attività musicali drenano meno dell'1% delle risorse statali destinate alla musica. Oltre al settore musicale il Fus finanzia la prosa (8 miliardi di lire), la danza (1,2 miliardi di lire) e il cinema (590 milioni di lire) come illustrato nella figura 13.

Soprintendenze, Archivi di Stato e Biblioteche statali

Per il 2000 le risorse a disposizione delle Soprintendenze piemontesi¹¹ ammontano a circa 17 miliardi di lire¹² (8.779.767,28 euro); ad esse vanno aggiunte le risorse a disposizione degli altri organi periferici dello Stato (Archivi di Stato, Biblioteca Reale e Biblioteca Nazionale Universitaria) stimabili in circa 10-11 miliardi di lire¹³ (5.680.000 euro). L'ammontare complessivo delle risorse a disposizione di tali enti è, quindi, pari a circa 28 miliardi di lire (14.460.000 euro).

Fin dal 1998 gli utili derivati dal gioco del Lotto hanno contribuito, attraverso programmi triennali del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, a finanziare il restauro e la conservazione del patrimonio artistico e architettonico.

L'ammontare della quota dei finanziamenti derivanti dal gioco del Lotto per il Piemonte, per il periodo 1998-2000, è di circa 73 miliardi di lire¹⁴ (circa 37,7 milioni di euro) destinati ad interventi che interessano la Reggia di Venaria, Villa della Regina a Torino, il Castello di Racconigi oltre che gli Archivi di Stato di Torino, Novara, Asti, Vercelli e Biella e le due Biblioteche statali (Biblioteca Nazionale Universitaria e Biblioteca Reale) e il Museo Egizio. La quota destinata al Piemonte rappresenta l'8% dei finanziamenti con i fondi del Lotto in tutta Italia, che raggiungono la somma di 875 miliardi di lire. La successiva programmazione relativa al triennio 2001-2003 prevede di superare i 1.000 miliardi di lire su tutto il territorio nazionale con un aumento complessivo pari al 15%, mentre la quota destinata al Piemonte ammonta a circa 65 miliardi con una flessione dell'11% rispetto al triennio precedente.

¹¹ Soprintendenza per i Beni Architettonici e il Paesaggio, Soprintendenza per i Beni Archeologici, Soprintendenza Archivistica per il Piemonte e la Valle d'Aosta, Soprintendenza per il Patrimonio Storico, Artistico e Demoantropologico, Soprintendenza al Museo delle Antichità Egizie.

¹² Fonte: per quanto riguarda le Soprintendenze del Piemonte sono stati utilizzati i dati contenuti nei piani di spesa del 2000.

¹³ Fonte: SISTAN, *Statistiche Culturali*, 1999. Il dato è relativo alle spese di gestione di tali organi periferici dello Stato.

¹⁴ I dati relativi ai fondi del Lotto sono presentati nel sito Internet del Ministero: www.beniculturali.it.

2.3 GLI INTERVENTI DEI PRIVATI

La spesa delle fondazioni di origine bancaria

Per le 87 fondazioni di origine bancaria censite dall'ACRI¹⁵ su tutto il territorio nazionale¹⁶, nel 2000 si conferma il trend di crescita registrato già negli anni precedenti. Le variazioni positive si traducono sia in un aumento delle erogazioni monetarie effettuate, che passano dagli oltre 764 miliardi di lire (394,8 milioni di euro) del 1999 agli oltre 1.000 miliardi (527,5 milioni di euro) del 2000, registrando un incremento sia del volume di risorse attorno ad un +33,6%, sia del numero di iniziative, cresciuto del 12%¹⁷.

Incrementi di tutto rilievo si evidenziano anche per il settore Arte e Cultura¹⁸ che registra una crescita degli interventi pari al 16,6% (5.496 interventi nel 1999, 6.412 nel 2000) e un aumento delle erogazioni del 43,7%: i miliardi di lire erogati nel 2000 sono oltre 353,5¹⁹ (182,6 milioni di euro) contro i 246 miliardi (127,1 milioni di euro) del 1999.

Complessivamente, nel sistema delle fondazioni di origine bancaria, come anche negli anni precedenti, Arte e cultura rappresenta il settore a cui viene destinata la maggior parte delle risorse, pari al 34,6% del totale erogato, seguita dal settore Fondi speciali per il volontariato, con accantonamenti di 75,6 milioni di euro, pari al 14,3% del totale erogato.

Il trend positivo confermato a livello nazionale nel 2000 – primo anno effettivo di operatività delle fondazioni dopo la riforma che ha portato alla ridefinizione degli statuti e al rinnovo degli organi – si riflette anche sul panorama piemontese: sebbene i dati a disposizione dei soggetti localizzati in regione riguardino nella maggior parte dei casi le erogazioni deliberate, includendo talvolta anche gli stanziamenti per future erogazioni e non le sole erogazioni monetarie, gli incrementi registrati, come si esaminerà più avanti, sono evidenti.

L'analisi dei dati economico-patrimoniali relativi all'esercizio chiuso il 31 dicembre 2000 è particolarmente complessa in ragione della durata dell'esercizio delle singole fondazioni che in molti casi risulta diversa dai 12 mesi. Tale situazione deriva dall'applicazione delle dispo-

¹⁵ Associazione fra le Casse di Risparmio Italiane.

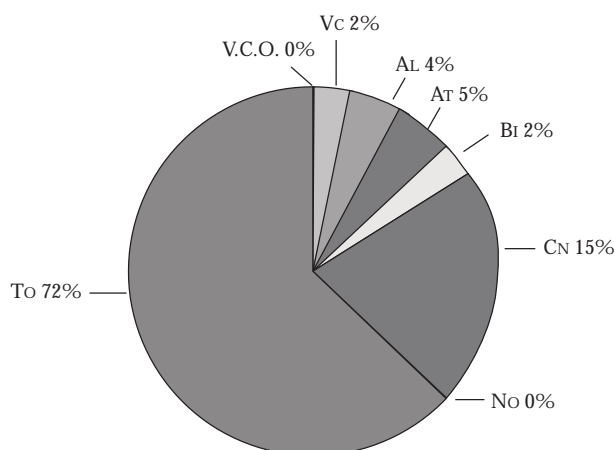
¹⁶ Le fondazioni di origine bancaria sono in totale 89. I dati a disposizione dell'ACRI sono relativi a 87 soggetti, rappresentativi in termini di incidenza sul totale dei patrimoni, del 95% dell'intero sistema, comprendente anche le fondazioni che non hanno origine dalle casse di risparmio.

¹⁷ Fonte: per i dati relativi al contesto nazionale, ACRI, *Sesto Rapporto sulle Fondazioni Bancarie*. ACRI: 2001.

¹⁸ Arte e Cultura rappresenta uno dei settori cosiddetti rilevanti ai sensi del decreto legislativo n. 153 del 17 maggio 1999. Il provvedimento prevede che fra i diversi settori ai quali ciascuna fondazione indirizza la propria attività, deve essere incluso almeno uno di tali settori: ricerca scientifica, istruzione, arte, conservazione e valorizzazione dei beni e delle attività culturali e dei beni ambientali, sanità e assistenza alle categorie sociali deboli.

¹⁹ I dati si riferiscono alle sole erogazioni monetarie e non alle erogazioni deliberate.

Fig. 14 RIPARTIZIONE DELLA SPESA DELLE FONDAZIONI DI ORIGINE BANCARIA PIEMONTESE, PER PROVINCIA (2000)



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

²⁰ Poiché la maggioranza delle fondazioni aveva un esercizio che si sviluppava a cavallo di due anni, il bilancio 1999-2000, in via eccezionale, ha avuto durata diversa proprio per dar modo a quelle fondazioni di uniformarsi alle prescrizioni normative.

²¹ Le fondazioni di origine bancaria piemontesi sono: Compagnia di San Paolo e Fondazione Cassa di Risparmio di Torino a Torino, Fondazioni Cassa di Risparmio di Bra, di Cuneo, di Fossano, di Saluzzo e di Savigliano in provincia di Cuneo, Fondazioni Cassa di Risparmio di Alessandria e di Tortona in provincia di Alessandria, Fondazione Cassa di Risparmio di Asti, di Biella e Vercelli nelle rispettive province.

²² Ad esclusione della Compagnia di San Paolo, i cui dati fanno riferimento all'anno solare 2000, quelli di tutte le altre fondazioni piemontesi si riferiscono all'esercizio 1999/2000, la cui durata varia, a seconda del soggetto considerato, dai 12 ai 18 mesi.

²³ L'esercizio economico-patrimoniale della Compagnia di San Paolo coincide con l'anno solare.

²⁴ A tale importo, nel settore dell'Arte, si sono aggiunti nel 2000 3.356.970 euro, pari a 6,5 miliardi di lire, che corrispondono a fondi stanziati in esercizi precedenti.

²⁵ Nel 1999 la denominazione dei settori per la Compagnia di San Paolo era Arte e Cultura.

²⁶ L'esercizio economico-patrimoniale della Fondazione Cassa di Risparmio di Torino va dal 1° luglio 1999 al 30 giugno 2000.

²⁷ Fonte: Associazione delle Fondazioni Casse di Risparmio Piemontesi, *Dieci anni per il Piemonte*.

zioni contenute nel provvedimento del ministro del Tesoro del 5 agosto 1999, con il quale l'Autorità di vigilanza ha disciplinato la redazione dei nuovi statuti delle fondazioni che prevedono l'adozione di un esercizio contabile di 12 mesi coincidente con l'anno solare²⁰.

Nel 2000 le erogazioni delle 12 fondazioni piemontesi²¹ nel settore Arte e Cultura ammontano complessivamente a oltre 115 miliardi di lire (circa 59.890.000 euro)²², di cui oltre 105 miliardi localizzati in Piemonte, evidenziando un incremento rispetto allo scorso esercizio del 93%. Al fine di rendere confrontabile il dato con quello dello scorso anno, per le fondazioni il cui esercizio è stato di durata superiore ai 12 mesi, è stata effettuata una stima dell'ammontare delle erogazioni per soli 12 mesi. Anche in seguito a tale aggiustamento l'importo evidenzia un incremento sostanziale rispetto all'esercizio precedente, pari a circa l'84%, con un ammontare delle erogazioni che supera i 110 miliardi di lire (circa 57 milioni di euro).

Sebbene l'incremento delle erogazioni riguardi la maggior parte delle fondazioni di origine bancaria piemontesi, il segno particolarmente positivo registrato nel corso dell'esercizio considerato è in larga parte imputabile alla forte crescita delle erogazioni dei due principali soggetti per ordine di spesa: Compagnia di San Paolo e Fondazione Cassa di Risparmio di Torino. Riprendendo la suddivisione per settori utilizzata da queste due fondazioni, la Compagnia di San Paolo nel 2000²³ ha approvato nei settori dell'Arte e della Conservazione e Valorizzazione dei Beni e delle Attività Culturali e dei Beni Ambientali complessivamente 185 stanziamenti, per circa 54 miliardi di lire (27.888.401 euro)²⁴. Rispetto al totale delle risorse erogate nel 1999 relativamente ai settori analoghi²⁵, corrispondenti a circa 32 miliardi di lire (circa 16.503.000 euro), si evidenzia un aumento di quasi il 70%. La Fondazione Cassa di Risparmio di Torino nell'esercizio 1999-2000²⁶ ha assegnato al settore Arte e Cultura complessivamente circa 31 miliardi (circa 16.000.000 euro), contro gli oltre 15,7 miliardi (circa 8.126.000 euro) dell'esercizio precedente, registrando un aumento di oltre il 96%.

I dati relativi all'esercizio 2001, disponibili per la Compagnia di San Paolo e per la Fondazione CRT confermano la dinamica di crescita: ammontano ad oltre 60 miliardi di lire (quasi 31.000.000 euro) gli stanziamenti approvati dalla Compagnia di San Paolo nei settori qui considerati, e a circa 49 miliardi (circa 25.134.000 euro) le risorse attribuite dalla Fondazione CRT.

Per quanto concerne l'esercizio 2000 il settore Arte e Cultura rappresenta il 33,7% degli stanziamenti complessivi della Compagnia di San Paolo e il 27% di quelli della Fondazione Cassa di Risparmio di Torino.

Nel 2000, degli oltre 91 miliardi di lire (circa 47.212.000 euro) erogati complessivamente da queste due fondazioni, l'88,5% (pari a 80,9 miliardi di lire) è localizzato in Piemonte.

L'ammontare delle risorse messe a disposizione dalle altre 10 fondazioni bancarie piemontesi per l'esercizio 1999/2000 nei settori dell'Arte e della Cultura è pari a oltre 24,5 miliardi di lire (circa 12,6 milioni di euro). Se si stima l'importo relativo a soli 12 mesi di esercizio, la somma scende a quasi 19 miliardi (9,8 milioni di euro), evidenziando in ogni caso un incremento significativo rispetto alla performance complessiva di queste fondazioni nello scorso esercizio, in cui le erogazioni ammontavano a 11,5 miliardi di lire (5,9 milioni di euro).

È da sottolineare come il totale delle risorse messe a disposizione nel solo Piemonte, nei settori Arte e Cultura dalle fondazioni Casse di Risparmio piemontesi per l'esercizio 1999/2000, pari complessivamente a oltre 53 miliardi di lire (circa 27.454.000 euro), corrisponda ad una percentuale di tutto rilievo, circa il 19%, dell'ammontare delle risorse messe a disposizione nei medesimi settori da questi soggetti nell'arco del decennio 1992-2001²⁷, che ammonta a circa 281 miliardi di lire (circa 28.645.000 euro).

Per quanto concerne la localizzazione, è da evidenziare come nel corso dell'esercizio considerato siano le rispettive province di appartenenza a drenare la quasi totalità delle risorse, a testimonianza di come un consolidato legame con il territorio di appartenenza sia il tratto particolarmente distintivo delle fondazioni di origine bancaria.

La disaggregazione delle risorse complessive delle fondazioni di origine bancaria piemontesi

per tipologia di intervento evidenzia, nel corso dell'esercizio considerato, una prevalenza per il recupero del patrimonio architettonico e musei (77%) sulle attività culturali.

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 quattro consulte piemontesi per la valorizzazione dei beni artistici e culturali – Consulta per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali di Torino, dell'Alessandrino, di Fossano e di Savigliano – che ammontano nel 2000 complessivamente a oltre 2 miliardi di lire. Questo tipo di associazioni, che riuniscono aziende, associazioni imprenditoriali, fondazioni di origine bancaria, enti pubblici, ecc., sono attive in particolare negli interventi di restauro del patrimonio storico e architettonico, finanziati con il concorso di tutti gli associati attraverso un meccanismo che prevede che ogni membro si impegni annualmente a corrispondere una quota.

2.4 L'OCCUPAZIONE CULTURALE IN PIEMONTE

Il quadro tracciato dalle rilevazioni campionarie sulle forze lavoro in Italia condotte trimestralmente dall'ISTAT evidenzia come, dopo l'aumento già registrato nello scorso biennio (pari all'1,1% nel 1998 e all'1,3% nel 1999) l'occupazione abbia segnato nel 2000 un ulteriore progresso: il numero degli occupati è risultato nella media 2000 pari a 21.080.000, con un incremento su base annua di 388.000, pari all'1,9%²⁸.

Rispetto al quadro nazionale, il risultato occupazionale del Piemonte²⁹ evidenzia una crescita più sostenuta: con 45.000 unità in più rispetto al 1999, l'incremento in regione segna un +2,6%, consolidando le tendenze positive già evidenziate l'anno precedente.

L'incremento occupazionale risulta da dinamiche settoriali diversificate: sono i servizi che, sia a livello nazionale sia a livello regionale per ciò che concerne il Piemonte, hanno fornito il contributo determinante all'incremento della domanda. In questo settore, a livello nazionale il numero di occupati è aumentato nel 2000 del 3% (+386.000 unità), mentre a livello regionale ben 42.000 posti di lavoro dei 45.000 in più creati nel 2000 si riferiscono a quest'area di attività, evidenziando un incremento rispetto agli occupati in questo settore superiore al 4%.

I dati sul mercato del lavoro sopra presentati³⁰ non sono tuttavia disaggregati in modo tale da fornire il quadro occupazionale del solo settore culturale. Se è vero infatti che la "cultura" rientra nel terziario, è altrettanto vero che la suddivisione per comparti al suo interno (comprendenti comunicazione e trasporti, commercio, servizi alle imprese, istruzione/sanità, pubblica amministrazione, alberghi e ristorazione, credito e assicurazioni e altri servizi) non consente di evidenziare le forze occupate nell'area culturale, che per giunta rientra, insieme ad altri sub-settori³¹, nel raggruppamento "altri servizi".

Quale sia il quadro dell'occupazione nel settore culturale in Piemonte nel 2000 non può quindi emergere esclusivamente sulla base delle fonti statistiche ufficiali.

È tuttavia da evidenziare come l'approfondimento realizzato lo scorso anno in sede ISTAT sull'andamento dell'occupazione culturale nel corso degli anni novanta³² rilevasse per il settore in questione un progressivo incremento del numero degli occupati, cresciuti dal 1993 al 1999 percentualmente anche rispetto al totale degli occupati a livello nazionale.

Se si tiene conto del trend positivo che ha caratterizzato tale periodo e in particolare della percentuale degli occupati in cultura rispetto al totale degli occupati in Italia – passata dal

²⁸ ISTAT, *Annuario Statistico Italiano 2001*. Roma: ISTAT, 2001.

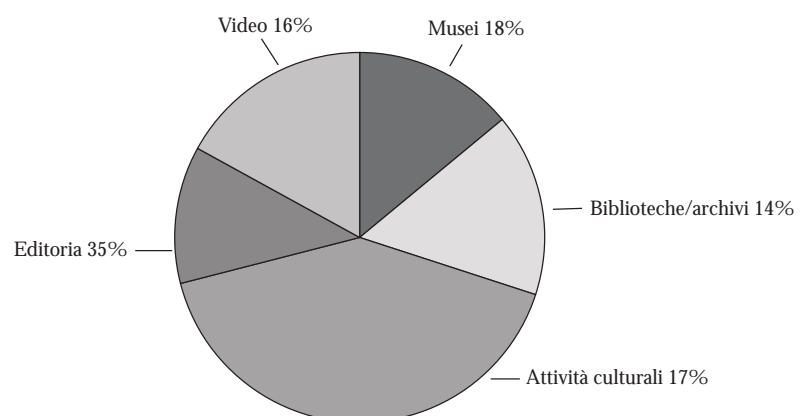
²⁹ Regione Piemonte, Osservatorio sul mercato del lavoro, *Il mercato del lavoro in Piemonte nel 2000*.

³⁰ I dati sono rilevati dall'ISTAT utilizzando le definizioni dei principali aggregati raccomandati dal Bureau International du Travail (BIT) e sono inoltre corrispondenti a quelle adottate in sede Eurostat.

³¹ Smaltimento rifiuti solidi, attività sindacali e associative, spettacolo, sport, servizi personali.

³² M. Gandolfo, P. Gennai, *L'andamento dell'occupazione nel settore "cultura" nel corso degli anni '90*. Roma: ISTAT, 2001.

Fig. 15 STIMA ADDETTI NEI SUB-SETTORI CULTURALI OSSERVATI DALL'OCP (2000)



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

2% nel 1993, al 2,2% nel 1995, al 2,3% nel 1997 ed infine al 2,4% nel 1999 – è possibile in ogni caso ipotizzare anche per il 2000, pur mantenendo tale rapporto ai livelli dello scorso anno, e cioè pari al 2,4%, un segno positivo nella variazione del numero degli occupati nel settore culturale.

Sulla base del dato relativo al numero di occupati complessivi in Italia, pari, come precedentemente evidenziato, a 21.080.000, la quota relativa all'occupazione in ambito culturale risulterebbe di oltre 505.000 unità (+0,6%), dato che mostra una sostanziale stabilità rispetto al 1999.

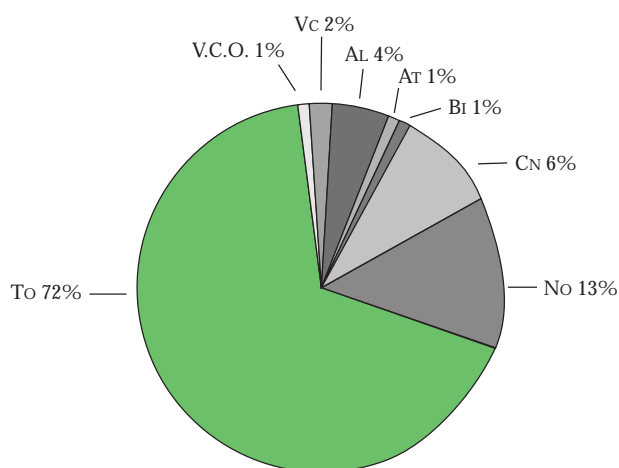
L'allineamento del Piemonte su questi valori medi nazionali, rispetto a 1.769.000 occupati complessivi in regione nel 2000, porterebbe a stimare l'occupazione culturale in Piemonte attorno alle 42.000 unità, se si considera la percentuale del 2,4. Tale cifra comprende tutte le professioni artistiche, le professioni intermedie nei servizi creativi, ma anche l'industria culturale con l'editoria libraria e musicale e la stampa di supporti registrati, biblioteche, musei, archivi e formazione in campo artistico.

L'andamento positivo dell'occupazione in ambito culturale, come evidenzia uno studio commissionato dalla DG Occupazione e Affari Sociali della Commissione Europea³³, sembra caratterizzare più in generale anche il panorama europeo. Dal 1995 al 1999 il settore culturale³⁴ nell'Unione Europea ha registrato un tasso annuo medio di crescita dell'occupazione del 2,1%. All'interno del settore poi, le cifre relative all'occupazione per le professioni culturali³⁵, tratte dalla classificazione ISCO 88, sono aumentate notevolmente, con un tasso annuo del 4,8% durante il periodo 1995-1999, mentre per le professioni non culturali³⁶ nel settore culturale (come gli incarichi amministrativi) la tendenza è stata di un calo dell'occupazione.

Rispetto a questo insieme, l'OCP monitora solo alcuni comparti, ed in particolare le stime sull'occupazione, conformemente a quelle relative alle dimensioni economiche, riguardano i settori dello spettacolo dal vivo – teatro, musica e danza – l'editoria libraria, la produzione audiovisiva, musei, biblioteche e archivi.

La maggior parte delle stime si basa sui monitoraggi costanti e sui censimenti annuali condotti direttamente dall'OCP, mentre nel caso dei musei, degli archivi e delle biblioteche, la stima si fonda su dati relativi ad anni precedenti.

Fig.16 STIMA DELL'OCCUPAZIONE NEI SUB-SETTORI MONITORATI, PER PROVINCIA (2000)



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

³³ *Sfruttamento e sviluppo del potenziale occupazionale nel settore culturale nell'era della digitalizzazione*, DG Occupazione e affari sociali, Commissione Europea, 2001.

³⁴ I settori culturali presi in esame dallo studio sono stati selezionati dalla classificazione settoriale europea NACE. Si tratta in particolare dei settori NACE 22: editoria, stampa e riproduzione di supporti registrati; NACE 92: attività ricreative, culturali e sportive.

³⁵ Le professioni qui considerate, appartenenti alla classificazione ISCO 88, fanno riferimento ad archivisti, bibliotecari, scrittori, artisti creativi e dello spettacolo, professionisti dell'arte e dello spettacolo, sportivi.

³⁶ Le occupazioni non culturali comprendono, secondo la classificazione ISCO 88, specialisti di informatica, operatori di strumenti ottici ed elettronici, architetti, ingegneri, altre occupazioni.

La consistenza complessiva di questi sub-settori nel 2000, che scontano una sottostima soprattutto per ciò che concerne le attività culturali ed in particolare la musica, è pari a circa 8.000 unità, mantenendosi, se pur con una lieve diminuzione, ai livelli del 1999.

La quota degli occupati rilevati dal monitoraggio OCP è pari al 19% rispetto ai 42.000, derivanti dall'applicazione della percentuale del 2,4% degli occupati totali in regione. La distanza è notevole, ma occorre tener conto che i due metodi di stima si riferiscono ad insiemi molto differenti: quello relativo al monitoraggio OCP, sebbene includa un insieme significativo relativo ad alcuni sub-settori dell'industria e dell'offerta culturale, non è certamente esaustivo delle professioni culturali e non comprende ad esempio le professioni "intermedie", così come quelle in ambito sportivo, viceversa contemplate nello studio ISTAT.

La composizione dell'occupazione rispetto ai sub-settori considerati rivela dinamiche diverse a seconda dei comparti: se per ciò che concerne le attività culturali, biblioteche, archivi e musei, sia pur con lievi incrementi rispetto al 1999, l'occupazione si mantiene sui livelli precedenti, sembrano evidenziarsi dinamiche più accentuate per quanto riguarda il comparto editoriale, in cui si rileva una flessione, e quello dell'audiovisivo, la cui rapida crescita già evidenziata in passato sembra trovare conferma anche nel 2000.

Si tenga presente che la stagione di consistenti investimenti, già in corso, ma che soprattutto a partire dai prossimi anni prevede lo sviluppo di progetti finalizzati alla valorizzazione e promozione del patrimonio culturale – anche in prospettiva dei giochi olimpici invernali 2006 – non ha ancora dispiegato i suoi effetti positivi sul piano occupazionale.

Rispetto alla composizione dell'occupazione in regione, l'editoria, nonostante la diminuzione evidenziata nell'anno considerato, continua a rappresentare il sub-settore con il maggior numero di addetti: rappresenta infatti il 35% del totale degli occupati (contro però il 42% nel 1999), cui seguono musei e attività culturali – all'interno di quest'ultimo è compreso l'intero comparto dello spettacolo dal vivo – pressoché in posizioni equivalenti. A questi due comparti si allinea nel 2000 il sub-settore dell'audiovisivo, che rispetto alla composizione dell'occupazione in regione registra quattro punti percentuali in più sull'anno precedente. All'audiovisivo seguono infine biblioteche e archivi, che rappresentano circa il 14% degli occupati osservati in regione.

Per ciò che concerne la distribuzione per province, si evidenzia una forte prevalenza, in termini di occupati stimati, della provincia di Torino, dove sono localizzate le organizzazioni culturali di più grandi dimensioni per quanto riguarda sia il numero di addetti sia il fatturato. Incide molto sulla forte concentrazione in questa parte del territorio l'occupazione in ambito dell'editoria, ma anche dell'audiovisivo. Si tenga presente che una quota delle attività relative agli occupati della provincia di Torino ha luogo in realtà nei diversi ambiti della regione, se non a livello nazionale ed internazionale, ad integrazione dell'offerta di altri territori, sebbene l'occupazione venga registrata nella provincia d'origine. Rispetto al 1999 sembra accentuarsi la polarizzazione sul capoluogo: la dinamica trova in parte spiegazione nell'incremento degli addetti all'interno del comparto dell'audiovisivo, quasi esclusivamente concentrati nella provincia di Torino, e nella flessione dell'occupazione nell'editoria, che sembra interessare in buona parte le altre province.

LA PRODUZIONE CULTURALE

3.1 LA PRODUZIONE CULTURALE E LE SUE FILIERE

L'analisi delle modalità "produttive" dei diversi sub-settori della cultura, per ciò che concerne l'editoria, la produzione audiovisiva, il teatro, la musica, i festival e l'associazionismo culturale, si basa sul censimento annuale direttamente effettuato dall'Osservatorio Culturale del Piemonte tramite questionari. Nel caso dei new media, settore indagato per la prima volta quest'anno dall'OCP e per il quale si presentano alcuni *case studies* dell'utilizzo delle nuove tecnologie riferiti all'ambito culturale, le fonti principali sono le interviste effettuate direttamente con i responsabili delle realtà indagate.

Anche nel caso dei settori tradizionalmente indagati dall'OCP, i dati risultanti dai questionari sono stati integrati con informazioni qualitative ricavate da interviste con testimoni privilegiati.

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

¹ Fonte: Associazione Italiana Editori, *Report on Publishing in Italy 2001*, supplemento al "Giornale della Libreria", n. 10, 2001.

3.2 EDITORIA LIBRARIA E DI PRODOTTI MULTIMEDIALI

Tra il 1999 e il 2000 il mercato editoriale italiano ha segnato una lieve crescita del fatturato complessivo, per un ammontare stimato in 6.732 miliardi di lire (pari a circa 3,5 milioni di euro), che sostanzialmente si attesta su valori di poco superiori agli anni precedenti, con un incremento dell'1%¹, mostrando un lieve rallentamento della crescita del settore rispetto a quella registrata tra il 1998 e il 1999 (+3,3%). Nell'insieme, si tratta dunque di un settore caratterizzato da una certa stabilità economica ma anche da una notevole dinamicità sia per quanto riguarda propriamente la produzione sia per ciò che concerne il tessuto imprenditoriale: alla progressiva tendenza delle capacità produttive verso la concentrazione in pochi grandi gruppi editoriali, in Italia come in Piemonte, fa riscontro ogni anno la nascita di nuove aziende, di norma piccole e piccolissime, che contribuiscono a recuperare numericamente la "mortalità" dovuta alla scomparsa – almeno come entità produttive autonome – di molte case editrici, in seguito a processi di ristrutturazione e soprattutto concentrazione in grandi gruppi editoriali.

In linea con quanto accade in altri settori produttivi, anche per l'editoria la ricerca di economie di scala spinge infatti verso fenomeni di raggruppamento (attraverso fusioni, partnership, acquisizioni, partecipazioni, ecc.), che vedono affacciarsi sul mercato aziende non appartenenti alla tradizionale filiera del libro. Accanto agli operatori dell'editoria e alle società di servizi ad essi correlati, i grandi gruppi editoriali stringono accordi con imprese del settore informatico, delle comunicazioni, del settore audiovisivo.

L'indagine dell'OCP per il 2000, realizzata quest'anno in collaborazione con l'Associazione Italiana Editori, prende in considerazione 261 editori di prodotti librari e multimediali, distribuiti sul territorio regionale, ad esclusione di quelli che non raggiungono i cinque titoli in catalogo o la cui produzione è limitata a pubblicazioni periodiche o a prodotti multimediali. Non sono inoltre compresi istituti, enti e associazioni la cui produzione editoriale è circoscritta alla stampa di pubblicazioni finalizzate a documentare la propria attività.

I dati raccolti evidenziano come poco più della metà degli editori piemontesi (58%) si dedichi esclusivamente all'attività editoriale, l'11% dichiara l'editoria come attività principale e il 31% come attività secondaria. Si tratta per lo più, in quest'ultimo caso, di soggetti che operano nell'ambito dei servizi legati all'editoria e comprendenti service grafici, stampa, attività legate alla commercializzazione libraria. Questi dati, alla luce del confronto con lo scorso biennio – in cui oltre il 75% delle case editrici dichiarava l'editoria come attività principale – confermano il perpetuarsi del fenomeno della "migrazione" delle imprese, e in particolare di quelle di piccole dimensioni, verso settori strettamente collegati alla filiera editoriale. Se è vero che soprattutto per le imprese più piccole tale "migrazione" può in alcuni casi costituire una necessaria strategia di "sopravvivenza", in altri la diversificazione degli investimenti, soprattutto nel caso delle aziende di maggiori dimensioni, può essere letta come una naturale evoluzione del mercato.

Dimensioni e attività

Fatturato e addetti

La stima del fatturato complessivo relativo ai 261 editori monitorati in Piemonte, valutabile per il 2000 intorno ai 1.670 miliardi di lire² (pari a oltre 860 milioni di euro), mostra un lieve incremento (circa il 2%) rispetto al 1999, attestandosi su livelli di poco superiori rispetto a quello nazionale. Rispetto a quest'ultimo, la quota rappresentata dal Piemonte è pari a circa il 25%: sebbene le basi dati su cui si fondano le stime possano non essere perfettamente comparabili, il confronto risulta comunque utile al fine di fornire un ordine di grandezza sul posizionamento del Piemonte all'interno del panorama nazionale. Il numero di addetti stimati in *full-time-equivalent* (FTE) per il 2000 è di circa 2.800 unità, confermando la tendenza

² La stima è stata elaborata a partire dai dati reperiti attraverso il censimento OCP, dalle informazioni fornite dal CER-VED e dal *Catalogo degli editori 2001* curato dall'AIE.

³ I dati di fatturato si riferiscono a un campione di 75 editori. Fonte: elaborazione OCP sui dati CER-VED.

già riscontrata negli ultimi anni che va verso una contrazione del personale (gli addetti stimati in FTE nel 1999 e nel 1998 erano circa 3.000).

Da un approfondimento, condotto su un campione confrontabile delle case editrici piemontesi costituite come società di capitale³, nel triennio 1998-2000 i fatturati delle 75 imprese considerate presentano un incremento percentuale che conferma una crescita lievemente più sostenuta per il Piemonte rispetto a quella dell'Italia nel suo insieme. Tra il 1998 e il 1999 il fatturato ha infatti avuto un incremento del 9,9%, a fronte di una crescita nazionale del 3,3%, mentre tra il 1999 e il 2000 si rileva un incremento più contenuto (2,2%), comunque superiore a quello nazionale (1%). L'approfondimento risulta interessante se si considera che le 75 società di capitale per cui si dispongono dati sul triennio rappresentano da sole il 92% del fatturato complessivo regionale, e conferma l'esistenza di dinamiche differenziate secondo le dimensioni delle aziende: l'incremento medio regionale registrato tra 1999 e 2000 è interamente dovuto alle medie e grandi imprese, il cui tasso di crescita medio è pari al 4%, a fronte di una perdita del 6% di fatturato per le imprese piccole e piccolissime.

Data la natura di questo settore, contraddistinto dalla compresenza di polverizzazione e alta concentrazione delle imprese, è utile considerare separatamente i diversi gruppi di editori in cui è ripartibile l'intero panorama editoriale e analizzare per ciascuno di essi le differenti dinamiche che li caratterizzano.

Il primo gruppo dimensionale è costituito da pochi grandi gruppi editoriali il cui fatturato supera, per ciascuno, i 100 miliardi di lire (51,6 milioni di euro). Pur rappresentando solo il 2% dei 261 editori presi in esame, la consistenza di questo gruppo è tale da rappresentare il 62% del fatturato complessivo, e il 67% degli addetti stimati per il Piemonte. Com'è lecito aspettarsi dalla possibilità data dalle grandi dimensioni di sfruttare convenienti economie di scala e mercati extra-regionali, in questa fascia dimensionale si collocano le migliori prestazioni in termini di fatturato per addetto, quantificabili in oltre 900 milioni di lire (circa 465.000 euro) per unità – mentre nelle altre classi dimensionali il rapporto va progressivamente diminuendo, arrivando ad attestarsi, per gli editori della fascia dimensionale più piccola, a circa 100 milioni di lire per unità. È dalle dinamiche dei grandi gruppi editoriali, e in particolare da una sempre più consistente differenziazione strategica degli investimenti, che emerge una delle principali linee di tendenza dello sviluppo produttivo, che si presenta sempre più come intersettoriale e soprattutto interterritoriale. Un esempio per tutti è quello del gruppo De Agostini che, oltre a proseguire nell'ampliamento della propria presenza nel settore propriamente librario (è dei primi mesi del 2002 l'acquisizione della quota di maggioranza della UTET Spa), negli ultimi anni ha stretto alleanze in direzione di sviluppi tecnologici per la distribuzione di contenuti editoriali nel web (come l'accordo con e.Biscom, o quello con Etnoteam, uno dei principali fornitori in Italia di soluzioni per Internet e per le telecomunicazioni) e per quelli legati all'*e-learning* (ad esempio con la partecipazione a Lol Europe, società che opera nella formazione on line). De Agostini ha inoltre acquisito recentemente il controllo di una importante casa di distribuzione cinematografica, mentre già nel 2000 aveva investito nella partecipazione ad una casa di produzione di audiovisivi.

Un secondo gruppo, formato da una decina di imprese medio-grandi tutte situate in area torinese, è composto soprattutto da storiche case editrici che operano nel settore della scolastica per bambini e per ragazzi, ed è quello a cui si deve la maggior crescita in termini di fatturato rispetto al 1999, con un incremento che si attesta intorno al 9%. Questo gruppo rappresenta il 3% del totale degli editori presenti in Piemonte, il 22% del fatturato e occupa un quarto delle risorse umane impiegate in questo settore in regione.

Alla terza fascia dimensionale appartiene poco più di una trentina di editori medi e medio-piccoli, pari al 13% degli operatori piemontesi, la maggior parte dei quali ha sede a Torino e provincia. La loro produzione è legata principalmente al mondo scolastico, alle opere di consultazione e all'editoria d'arte. Il fatturato medio è inferiore ai 10 miliardi di lire (poco più di cinque milioni di euro) e il numero degli addetti impiegato è in media 13.

L'ultimo gruppo è formato da circa 200 piccole imprese e microrealità, operanti nei settori più vari e prevalentemente situate all'interno della provincia di Torino, dove si concentra quasi il 70% di tali attività. Il miliardo di lire di fatturato (circa 500.000 euro) rappresenta la soglia più alta in termini dimensionali e le risorse umane impiegate a tempo pieno sono mediamente una o due.

Dal campione di società di capitale per le quali si dispone dei dati di fatturato sui tre anni, risulta con chiarezza come le imprese appartenenti alla quarta categoria abbiano nel loro insieme registrato, tra 1999 e 2000, una flessione del fatturato che sfiora il 6%. Ciononostante è questo il gruppo in cui il numero di imprese risulta aumentare più rapidamente: se nel 1999 le piccole e microrealità costituivano il 78% del totale degli editori piemontesi, nel 2000 rappresentano l'83% delle imprese operanti nel settore editoriale in regione.

Per ciò che concerne l'occupazione, si conferma la tendenza già riscontrata negli ultimi anni che vede concentrarsi nelle imprese più grandi la maggior parte del personale interno, mentre nelle medie e piccole imprese la quota di personale esterno è in genere molto più rilevante e tende a coinvolgere anche le attività di tipo progettuale e redazionale. La percentuale di personale esterno tende ad abbassarsi nelle piccole e microrealità editoriali, in cui in genere le risorse umane sono limitate ad una o due persone che svolgono tutte le funzioni.

Formazione

Tipicamente le competenze professionali più ricercate all'esterno sono quelle più specialistiche, in particolar modo quelle legate alle nuove tecnologie. I costi elevati derivanti tanto dall'acquisizione di tecnologie avanzate, quanto dalla formazione di personale in grado di utilizzarle, rendono infatti più vantaggioso ricercare tali professionalità fuori dall'azienda. Le nuove possibilità date da forme di collaborazione più flessibili hanno comunque contribuito a creare negli ultimi anni una situazione in cui vi sono professionalità "specifiche" che tendono ad essere assolve da personale tanto interno quanto esterno: più di frequente nelle realtà produttive più piccole, anche funzioni *core*, come quelle redazionali, sono oggi assolve per poco più di un quarto da personale esterno. Nella stessa direzione vanno le indicazioni dei rispondenti al questionario (soprattutto i più piccoli), che tendono ad attribuire maggior importanza alla formazione rispettivamente in ambito redazionale e del diritto d'autore, oltre che nell'area della gestione dei rapporti commerciali. Infine, il "mestiere" sembra essere, soprattutto nel contesto editoriale, più un complesso di competenze che si formano sul campo che un insieme di conoscenze acquisibili attraverso corsi di formazione. L'eterogeneità che caratterizza i processi produttivi del settore, e in particolare gli aspetti più direttamente legati alla fase di ideazione, progettazione e redazione dei contenuti, rende difficile l'individuazione di percorsi formativi specifici in grado di soddisfare le esigenze di più editori: ogni impresa ha propri criteri redazionali, politiche editoriali, utilizzo di software specifici, procedure produttive autonomamente decise e adottate.

Secondo i dati forniti nei questionari dagli stessi editori, solo il 18% ha fatto ricorso a corsi di formazione per i dipendenti e il tipo di formazione verso cui sembrano più orientati è quella cosiddetta "di base": i corsi, per due terzi dedicati all'aggiornamento informatico e all'ambito redazionale, sono riferiti ad argomenti estremamente ristretti (come brevi aggiornamenti sul corretto uso di programmi di desktop publishing), di carattere generale (approcci a Internet, corsi base di inglese, ecc.) o non specificamente riferiti all'ambito editoriale (controllo di gestione, ufficio stampa, ecc.).

Attività e rapporto con il territorio

L'impatto economico del settore più consistente dell'industria culturale piemontese è rafforzato dalla presenza di attività industriali strettamente collegate, quali le arti grafiche e la stampa, che confermano il Piemonte come polo di eccellenza per il reperimento di professionalità di alto profilo nell'editoria e nella sua filiera.

⁴ Il restante 42% ha utilizzato servizi sia in regione sia fuori, sebbene anche in questi casi i prodotti realizzati in sedi più lontane rappresentino in genere una minima parte del totale.

Dall'indagine OCP si rileva infatti come delle case editrici che hanno esternalizzato alcune fasi del processo produttivo (di norma gli aspetti più specialistici, legati alla composizione grafica, impaginazione, servizi legati all'informatica) solo una su dieci ha cercato tali servizi fuori dalla regione. Quasi la metà degli editori ha usufruito della professionalità di strutture situate esclusivamente nella provincia in cui hanno sede, il 7% ha ricercato tali servizi in altre province del Piemonte, mentre solo il 4% si è rivolto esclusivamente ad altre regioni italiane⁴. In totale, gli editori che hanno usufruito di servizi in parte o esclusivamente situati nella provincia in cui hanno sede sono l'83%.

Per quanto riguarda la stampa, oltre l'80% degli editori – la maggior parte dei quali fa riferimento al territorio provinciale in cui ha sede – fa stampare i propri prodotti esclusivamente o primariamente in Piemonte. Fanno eccezione gli editori di prodotti multimediali, che tendono a ricorrere a imprese specializzate localizzate a più grande distanza (in Italia ma anche all'estero).

Distribuzione

Ultimo aspetto della produzione libraria è il complesso di questioni relative alla distribuzione. Si tratta di un anello problematico della catena produttiva, la cui criticità è sottolineata dal fatto che le grandi imprese che tentano di rafforzare la propria posizione sul mercato, quando le dimensioni lo consentano, intervengono attraverso l'acquisizione e lo sviluppo di canali distributivi propri. L'importanza della distribuzione risulta evidente se si pensa che i costi per sostenerla pesano in media per il 38% del prezzo di copertina. Tale dato, estremamente contenuto se confrontato con quello medio nazionale (55-60%), risulta probabilmente influenzato dalla preponderanza numerica dei piccoli editori. In particolare lo scostamento dipende dal fatto che le realtà produttive più piccole si rivolgono ad un mercato essenzialmente locale, per il quale i costi di distribuzione sono certamente più contenuti. La distribuzione sul mercato è infatti strettamente correlata alle dimensioni dell'azienda e al tipo di prodotto; solo le imprese più grandi riescono a raggiungere il mercato extraregionale attraverso i canali distributivi tradizionali: meno di un terzo degli editori piemontesi si appoggia a distributori nazionali, mentre la grande maggioranza si attrezza in proprio o si affida a distributori regionali. Molti dei piccoli editori, infine, sembrano vedere l'opportunità di superare i limiti spaziali della propria offerta culturale attraverso la vendita on line. Il più tradizionale dei canali distributivi, la libreria, si conferma comunque come luogo di vendita privilegiato per più della metà della produzione. Il secondo canale più utilizzato è quello postale, mentre la vendita via Internet rappresenta ancora poco meno del 2% del volume complessivo. Sebbene il dato relativo alla situazione piemontese possa in parte essere influenzato dalla disponibilità delle fonti, si evidenzia in ogni caso un avvicinamento alla percentuale di vendite via Internet individuata a livello nazionale, stimata attorno allo 0,7 %⁵.

Distribuzione territoriale degli editori

Nel 2000 la distribuzione geografica delle case editrici piemontesi, dei loro fatturati e degli addetti impiegati, conferma la forte polarizzazione delle risorse nelle due province di Torino e Novara, che da sole rappresentano il 91% dell'intero volume economico regionale.

Nella provincia torinese si concentra più del 70% dei 261 editori, il 62% dell'intero fatturato regionale e il 68% degli addetti. È in quest'area che si ritrova anche la maggior concentrazione di piccoli e piccolissimi editori. Il secondo polo è quello della provincia di Novara che, pur ospitando solo il 4% del numero totale di case editrici presenti in Piemonte, grazie alla presenza di uno dei più importanti gruppi editoriali italiani copre il 39% del fatturato e il 23% degli addetti. Se si escludesse questa importante realtà economica, il novarese ricoprirebbe valori non dissimili da quelli delle province di Asti, Verbano-Cusio-Ossola, Biella, Cuneo e Vercelli, che insieme hanno un'incidenza sul fatturato complessivo regionale pari al 3% circa. La pro-

⁵ Fonte: Associazione Italiana Editori - Ufficio Studi (a cura di), *L'editoria libraria in Italia*. Roma: Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, 2002, "Quaderni di libri e riviste d'Italia", n. 49.

vincia di Alessandria, pur con un forte scostamento rispetto ai livelli dimensionali di Torino e di Novara, continua a rappresentare il terzo polo dell'editoria piemontese, ospitando sul proprio territorio il 7% degli editori e del volume economico dell'intera regione.

Editori in rete

Nel primo trimestre del 2002 l'OCP ha realizzato un approfondimento sulla presenza degli editori piemontesi nel web, al fine di definire il grado di utilizzo delle potenzialità della rete e di individuarne l'evoluzione nei modelli di utilizzo.

Sono 166 i siti censiti e analizzati dall'OCP ma, poiché sette case editrici hanno più di un sito, il numero di editori a disporre di uno spazio web risulta di 153. Questi rappresentano il 59% dei 261 editori considerati a livello regionale, dato che segna un incremento rispetto al 42% registrato da un'analoga indagine condotta l'anno scorso.

Nell'84% dei casi l'editore utilizza un proprio dominio, dato, anche questo, in lieve incremento rispetto all'82% del 2001, mentre il restante 16% dei siti è ospitato su portali generici o tematici, su siti di vari Internet provider o fa parte di un network. La formula del network sembra essere quella maggiormente adottata: gli editori che ricadono in questa condizione rappresentano il 58% di tutti quelli sprovvisti di dominio proprio. Si tratta sempre di piccoli editori, che mirano ad ottenere visibilità anche su siti a carattere locale, come il caso di Astilibri.it, che si configura come piccolo portale che fornisce informazioni sugli avvenimenti legati al mondo del libro in Piemonte e conferisce visibilità, offrendo la vendita on line di prodotti, a 13 case editrici piemontesi.

L'indagine fornisce una valutazione delle caratteristiche della presenza in rete attraverso l'analisi di tre aspetti: la tipologia del sito (home page, vetrina, negozio virtuale), l'utilizzo commerciale e il grado d'interattività.

Per quanto concerne la tipologia dei siti, il "grado zero" dell'utilizzo della rete, che corrisponde alla semplice home page di presentazione dell'editore, riguarda 22 casi (13%), tutti riferiti a editori con fatturato inferiore a cinque miliardi di lire, in linea con quanto rilevato nel 2001.

La formula della "vetrina", ossia una presentazione più dettagliata dell'impresa editoriale che contiene informazioni relative al catalogo, ma che non dà all'utente la possibilità di acquistare, è la più utilizzata e riguarda il 38% dei casi piemontesi, con un discreto incremento percentuale rispetto al 2001 (28,8%). Risulta interessante notare come questo tipo di siti sia adottato in misura molto simile dagli editori di tutte le classi dimensionali; potrebbe stupire che si trovi spesso anche nelle aziende di maggiori dimensioni, quelle cioè che facilmente potrebbero sostenere i costi di un sito indirizzato al commercio on line: in realtà, buona parte dei grandi editori che dispongono solo di un "sito vetrina" (tuttavia non di rado con un certo grado di interattività) opera nella scolastica, settore legato a canali distributivi tradizionali nonché a forti stagionalità, e che quindi difficilmente potrebbe ampliare il proprio mercato attraverso canali di vendita digitali. Bisogna, inoltre, tener conto del fatto che molti editori medio-grandi, all'utilizzo del proprio sito come canale di vendita dei prodotti, preferiscono le ormai note librerie virtuali, quali Ibs Italia, Bol.it, Mach2, ecc.

I "negozi virtuali", siti che offrono cioè la possibilità di acquistare i prodotti on line, rappresentano in Piemonte circa un terzo dei casi, in lieve aumento rispetto al 2001 (erano il 27% nel 2001, costituiscono il 33% nel 2002).

In linea con quanto rilevato nel 2001, l'incidenza dei "negozi virtuali" è più considerevole nelle classi più alte di fatturato, in particolare in quella degli editori compresi in classi dimensionali tra i 10 e i 20 miliardi di lire, sebbene si registri un aumento dell'incidenza di questa formula anche tra i piccoli editori. Circa il 40% delle piccole case editrici ha infatti optato per canali di vendita digitali, vedendo probabilmente nel commercio on line la possibilità di ovviare alle criticità legate alla distribuzione. Va però precisato che esistono diversi

gradi di sviluppo del commercio elettronico: ad un primo stadio, in cui la promozione e la possibilità di ordinazione di prodotti avviene on line ma le forme di pagamento sono quelle tradizionali off line (come ad esempio il contrassegno), si colloca quasi la metà degli soggetti monitorati, tutti appartenenti alla fascia più bassa di fatturato. Come facilmente intuibile, questi editori hanno minori risorse su cui contare per dotarsi degli strumenti informatici e del know-how gestionale in grado di garantire le procedure di sicurezza nei pagamenti. Il restante 60% si situa nella fase più avanzata del commercio digitale, in cui l'intera transazione (offerta, ordine e pagamento) avviene on line attraverso l'utilizzo della carta di credito.

Trattando di siti finalizzati al commercio on line, va infine precisato se questi siano dedicati al business to consumer o al business to business. Il grado di penetrazione del web nel settore editoriale si misura infatti anche dalla capacità che le imprese hanno sviluppato nella gestione dei rapporti con l'esterno attraverso la rete, dunque non solo con il destinatario finale del prodotto, ma anche con i soggetti tradizionalmente legati ai passaggi intermedi della filiera (consulenti, fornitori di servizi, distributori, canali di vendita, ecc.). Da quanto emerso dal censimento condotto dall'OCP, gli editori che affermano di utilizzare il proprio sito per il business to business sono una minoranza. Occorre comunque sottolineare che, analogamente a quanto accade in altre aree produttive, la rete è ormai diffusamente utilizzata, seppure ad un livello basilare, nei rapporti con i collaboratori esterni, e particolarmente con quelli coinvolti nelle fasi progettuali e redazionali (autori, traduttori, redattori, grafici).

Come veri e propri portali si contano sei siti, circa il 3% del totale di quelli analizzati, benché tre di essi facciano riferimento allo stesso editore. Le realtà dimensionali più grosse, infatti, tendono alla differenziazione della propria presenza in rete, puntando a caratterizzare i siti come luoghi privilegiati per il reperimento o lo scambio di informazioni relative ad una determinata area tematica, al fine di raggiungere specifici segmenti di mercato (ad esempio i professionisti quali avvocati, commercialisti, insegnanti o professionisti della formazione). È evidente che un'operazione di questo tipo può riguardare solo imprese di grandi dimensioni, in grado di investire risorse nella creazione di una community, in modo tale da garantirsi non solo l'individuazione di segmenti di mercato determinati, ma anche e soprattutto il loro consolidamento.

Il 40% dei siti analizzati presenta almeno un servizio di quelli caratterizzanti l'interattività. Tra questi, i servizi che ricorrono con maggior frequenza sono il motore di ricerca interno o esterno (53%), la possibilità di scaricare materiali dalla rete (56% a fronte del 20% del 2001) e la presenza di una serie di link ragionati (49% a fronte del 25% del 2001), mentre più a distanza seguono i servizi tesi alla *community building*: newsletter (20%), rassegne stampa (18%) e forum (6%)⁶.

A distanza di un anno, nell'incremento tanto quantitativo quanto qualitativo dei siti che fanno riferimento a case editrici, sembra di poter leggere una lenta ma chiara evoluzione della presenza degli editori nella rete, pur nell'ancora prevalente utilizzo "tradizionale" del web. Sembrano in via di superamento le difficoltà di accesso al web da parte delle realtà produttive più piccole, più di un terzo delle quali si dedica ormai alla commercializzazione dei propri prodotti in rete; questo a parziale conferma delle aspettative che soprattutto i piccoli editori hanno nei confronti del mercato elettronico, in cui vedono la possibilità di un'efficace alternativa ai canali di promozione e distribuzione tradizionali. I costi necessari all'implementazione di un sito web sono sempre più contenuti, e il know-how tecnologico necessario alla sua gestione appare sempre più accessibile, come sembra confermare il dato emerso dal questionario inviato agli editori, l'80% dei quali dichiara di gestire il proprio sito internamente.

Rispetto alla produzione, grazie alla diffusione e al potenziamento delle infrastrutture della rete, nuove possibilità sembrano essersi aperte nell'ambiente on line: prodotti tecnicamente possibili già da qualche anno, ma che presupponevano la dotazione, tanto da parte server quanto da parte client, di componenti hardware in grado di supportare il peso delle informazioni scambiate. Negli ultimi anni, la rapida diffusione di Internet da un lato e lo sviluppo di

⁶ La somma è superiore a 100 in quanto alcuni editori forniscono più di un servizio.

tecnologie delle comunicazioni digitali dall'altro (in particolare riguardo la velocità delle connessioni e l'estensione della memoria) hanno creato le condizioni affinché si costituisse un consistente mercato di riferimento.

L'ambiente web per l'editoria non è dunque solo uno strumento per comunicare e commercializzare le proprie attività: esso può anche divenire a sua volta un prodotto editoriale. A volte dotate di dominio proprio, esistono infatti aree web "dedicate" che si riferiscono comunque ad un prodotto cartaceo, di cui costituiscono un'estensione on line: normalmente vi si accede attraverso un codice che viene fornito unitamente all'opera cartacea, grazie al quale si può usufruire di servizi aggiuntivi come aggiornamenti, consulenze sul tema specifico trattato dal testo in questione, personalizzazione dei percorsi all'interno dell'opera. È chiaro che i costi di un prodotto di questo tipo, che al momento tende ad essere offerto gratuitamente, devono essere giustificati dalla diffusione dell'opera a cui fanno riferimento.

È per questa ragione che questa tipologia di sito può essere prodotta solo da imprese di grandi dimensioni, quelle cioè che abbiano in produzione opere non solo con elevate tirature e margini sufficienti da giustificare il cospicuo investimento, ma anche che per tipologia di prodotto si giovino della forte interattività con il lettore, come la scolastica – ad esempio *Books and Bookmarks* della Loescher – o le opere di consultazione – come De Agostini, che gestisce diversi siti legati a pubblicazioni sia periodiche sia librarie.

La forte interattività, che genera un'accentuata personalizzazione del prodotto offerto, sembra essere il vero distinguo che separa le potenzialità dei prodotti on line da quelli off line.

3.3 PRODUZIONE AUDIOVISIVA

Il censimento dell'OCP per il 2000 ha interessato 70 aziende attive in Piemonte nella produzione audiovisiva. La distribuzione territoriale evidenzia, come più volte segnalato in altri settori, una forte concentrazione di aziende in provincia di Torino con circa il 75% dei soggetti monitorati, seguita dalla provincia di Cuneo con il 6%, Alessandria, Asti e Novara con il 4%, Vercelli e Verbano-Cusio-Ossola con il 3% e infine la provincia di Biella con il restante 1%. Mentre nella provincia di Torino si rileva la presenza di numerose aziende raggruppabili in diverse classi dimensionali (dalla più importante azienda operante a livello internazionale al piccolo produttore che, oltre a realizzare produzioni proprie, fornisce servizi ai privati), nel resto delle province la tipologia più diffusa è rappresentata dalla piccola e media impresa, con dimensioni economiche inferiori al mezzo miliardo di lire (circa 260.000 euro). Fa eccezione la provincia di Vercelli, nella quale le uniche due aziende monitorate hanno entrambe dimensioni economiche superiori al miliardo di lire (oltre 500.000 euro). È tuttavia da segnalare la presenza di due case di produzione, rispettivamente in provincia di Alessandria e in provincia di Cuneo, che per dimensione e tipologia di attività si discostano sensibilmente dal resto delle aziende presenti in regione. L'azienda localizzata in provincia di Cuneo, nata nel 2000, è una società prevalentemente impegnata nell'animazione, mentre la struttura presente in provincia di Alessandria è un'importante azienda di produzioni televisive impegnata anche nella commercializzazione di prodotti video. Sono entrambe case di produzione la cui dimensione economica è tale da configurare mercati e relazioni di tipo extra-regionale. In questo caso la localizzazione decentrata rispetto al capoluogo piemontese non costituisce un fattore di debolezza per la distanza dai centri di servizi o da possibili economie di scala e di agglomerazione; al di sopra di soglie economiche consistenti è la singola azienda a polarizzare relazioni estese con altri centri produttivi, mercati e produttori/distributori di tecnologie.

La dimensione economica del settore audiovisivo nel 2000 si stima in poco più di 320 miliardi di lire (circa 165 milioni di euro), quasi esclusivamente concentrati nella provincia di Torino, mentre gli addetti stabili sono saliti a 1.035. Rispetto all'anno precedente il fatturato e gli addetti sono aumentati in modo considerevole, rispettivamente del 45% e del 38%. A differenza della filiera dell'editoria, caratterizzata da una certa stabilità economica, nell'ambito degli audiovisivi si rileva dunque un notevole balzo in avanti. Sebbene tale aumento sia dovuto in gran parte ad un'unica azienda, che da sola rappresenta oltre la metà del fatturato e degli addetti in regione e che nel 2000 ha quasi raddoppiato la sua dimensione complessiva, si rilevano contemporaneamente processi di espansione nelle maggiori case di produzione. Infatti, la dinamicità maggiore si riscontra proprio nelle aziende la cui attività di livello nazionale o internazionale è andata progressivamente ampliando i mercati di riferimento.

Dalle stime emerge come il gruppo di soggetti che ha visto gli aumenti più consistenti sia proprio quello delle imprese più strutturate, con fatturati al di sopra del miliardo di lire. Si tenga conto che la dimensione aziendale delle imprese attive nel settore comprende anche un insieme di soggetti di piccole e piccolissime dimensioni. Le situazioni più stabili si riscontrano proprio nelle classi dimensionali più ridotte, meno coinvolte da processi di agglomerazione e da economie di scala.

Le dinamiche di crescita che hanno caratterizzato alcune imprese del settore sono infatti incentrate su due elementi cardine: acquisizione di altre società per la diversificazione delle attività e raggiungimento di soglie dimensionali adeguate a reggere la competizione sui mercati nazionali e internazionali.

Sono paradigmatici gli esempi di concentrazione di più società in un unico gruppo imprenditoriale, siano esse acquisite o create ad hoc, per garantire specializzazione, alti livelli qualitativi ed economie di scala nelle diverse fasi del processo produttivo. Le dinamiche di crescita, anche a ritmi accelerati, sono endemiche nel settore dell'audiovisivo, caratterizzato da un'altissima mobilità del mercato e dei capitali finanziari, dal forte impatto delle nuove tec-

⁷ Con il termine *streaming* si intende "trasmissione di segnali audio-video in modo continuo e in diretta; non richiede alcuna operazione di download per prendere visione dell'informazione": V. Di Bari, *Le parole della net economy*. Milano: 2002, supplemento de "Il Sole 24 ore".

⁸ Con il termine *broadcasting* si intende "modalità di trasmissione a largo spettro in cui l'invio di un messaggio o pacchetto di informazioni raggiunge indistintamente tutti gli utenti collegati o preselezionati": Di Bari *cit.*

⁹ Con il termine *webcasting* si intende la trasmissione unidirezionale di informazioni o pacchetti di dati specificamente attraverso Internet.

¹⁰ Eutelsat è l'azienda leader europea nella trasmissione di programmi radiotelevisivi via satellite.

¹¹ Ovvero in grado di recepire i segnali di ritorno o, in altri termini, in grado di far interagire l'utente finale attraverso il sistema di comunicazione utilizzato: Tv, Pc, web, ecc.

¹² "Open Sky" è il nome proprio e il marchio registrato di questa piattaforma prodotta da Eutelsat.

nologie e da processi di fusione/agglomerazione motivati dagli alti margini di valore aggiunto attivabili.

Per ciò che concerne le risorse umane impiegate, una quantificazione esaustiva nel settore dovrebbe considerare, oltre ai 1.035 addetti stabili, gli addetti occasionali assunti anche solo per pochi giorni, con contratti assimilabili a quelli dello spettacolo dal vivo, peraltro di difficile individuazione e conteggio. Il ricorso a lavori temporanei, anche di breve durata, è proprio del modello organizzativo delle case di produzione – che prevede di solito piccole strutture composte da tre o quattro addetti – caratterizzate da una forte elasticità, indispensabile per espandersi affrontando grandi produzioni, ma anche per contrarsi velocemente reagendo alle sollecitazioni e alle sfide del mercato, senza caricare di eccessivi costi di gestione il prodotto finito. È frequente, inoltre, che le aziende valutino caso per caso quali professionalità siano più indicate per la realizzazione delle differenti fasi del processo produttivo e dove reperire tali professionalità. Per completare il quadro occupazionale, oltre agli addetti in regione dovrebbero essere aggiunti i lavoratori utilizzati fuori regione dai soggetti monitorati. Infatti, così come le produzioni provenienti da altre regioni o dall'estero utilizzano tecnici, maestranze, comparse o altre figure professionali piemontesi quando operano in Piemonte, così le produzioni piemontesi si avvalgono di personale del luogo per le produzioni extra-regionali.

La maggior parte dei soggetti monitorati è impegnata nella produzione audiovisiva come attività principale, alla quale molto spesso si affianca l'attività di produzione e realizzazione di prodotti multimediali. Il core business è comunque rappresentato dalla produzione e post-produzione di materiale filmico, ma è evidente come sia proseguita la tendenza rilevata negli ultimi tre anni a diversificare la propria attività. In particolare si rileva come una buona parte di soggetti abbia espanso la propria attività in altri settori della comunicazione (convention, siti internet aziendali, ecc.).

Per quanto concerne le modalità di produzione sono frequenti le esternalizzazioni di fasi del processo produttivo: l'alto contenuto tecnologico delle attrezzature e dei macchinari che intervengono nelle differenti fasi di lavorazione è tra i motivi di accordi di produzione, noleggi, ricorso a ditte esterne per particolari fasi produttive. Non si tratta solo di evitare pesanti investimenti in tecnologie soggette a veloce obsolescenza, ma di accedere nel contempo a professionalità qualificate e specializzate in funzione delle proprie esigenze, evitando l'onere della formazione specialistica e il susseguente rischio di sottoutilizzo delle specializzazioni.

Diverso è il caso delle piccole aziende, che fanno della disponibilità di tutte le attrezzature e della gestione interna delle fasi di lavoro un punto di forza nei confronti del cliente: è il caso tipico delle piccole aziende di provincia, lontane dai centri di servizi e che hanno prevalentemente committenti locali. Tuttavia, tali modalità di produzione, adeguate ad un mercato locale di piccole dimensioni, risultano inappropriata ad un livello subito superiore, che necessita di attrezzature sofisticate (si pensi al trattamento dell'immagine in post-produzione con software in ambiente di animazione virtuale) e di professionalità specialistiche.

In questo quadro è un fenomeno degli ultimi anni la nascita di aziende che operano prevalentemente in posizione di servizio rispetto alle case di produzione: vi sono ad esempio software house che collaborano o stringono rapporti proprio con case di produzione audiovisiva la cui attività necessita di un continuo apporto innovativo in termini tecnologici.

In alcuni casi aziende di servizio vengono acquisite o create ad hoc dalle case di produzione di maggiori dimensioni, in modo tale da controllare il livello di qualità delle fasi "esternalizzate" e al contempo consentire un'attività autonoma delle società controllate, per ammortizzare i forti investimenti in tecnologie e professionalità all'interno di un mercato più vasto.

Dinamiche in atto

A partire dagli inizi degli anni novanta, la situazione della produzione audiovisiva in regione è profondamente cambiata. Il notevole incremento dei fatturati e addetti in Piemonte non è solo

dovuto all'introduzione di nuovi contenuti tecnologici in processi produttivi tradizionali. Le ICT aprono infatti spazi per la sperimentazione di nuovi prodotti e nuovi contenuti, profondamente diversi per qualità e modalità di fruizione rispetto ai tradizionali prodotti filmici.

Nuovi scenari si stanno concretizzando in una duplice direzione:

- da un lato, l'evoluzione di Internet che porta una nuova generazione di case di produzione in grado di integrare servizi per la comunicazione, il marketing, la produzione audiovisiva, l'animazione in 3D e i videogiochi, o più in generale tutto ciò che concerne la realtà virtuale nelle diverse applicazioni;
- dall'altro, la digitalizzazione dei contenuti video apre nuovi mercati per quanto riguarda lo streaming⁷, ovvero un nuovo modo di produrre in digitale che è la diretta conseguenza del successo di Internet, applicabile non solo al mondo televisivo ma anche al mondo della comunicazione tout court.

Nel primo ambito operano case di produzione che integrano in un processo verticale vari servizi per la comunicazione e che sono a metà strada tra l'agenzia di pubblicità, la casa di produzione audiovisiva o l'agenzia per la fornitura di servizi e attrezzature, sia per il web sia per il prodotto filmico tradizionale.

Nel secondo caso si riscontra un processo accelerato di convergenza dei diversi media nella produzione multimediale oggi in grado di sfociare nel broadcasting⁸ e nel webcasting⁹.

Proprio in questo contesto si inserisce l'accordo tra la più importante casa di produzione audiovisiva e multimediale, in Piemonte, Euphon, e uno tra i maggiori operatori di telecomunicazioni del mondo, Eutelsat¹⁰. Eutelsat ha scelto Torino per stabilire la sua prima filiale europea: Skylogic Italia. Questa nuova società offrirà ad operatori multimediali e service provider una piattaforma di accesso in grado di offrire servizi bidirezionali¹¹ a banda larga, streaming video, collegamenti veloci ad Internet, ecc. La piattaforma "Open Sky"¹² sarà ospitata negli impianti torinesi della Euphon: Eutelsat fornirà la capacità satellitare e l'intera piattaforma di ricetrasmisione, completa di ogni risorsa hardware e software necessaria, mentre Euphon sarà responsabile dell'operatività e del mantenimento del sistema. La piattaforma sarà collegata in fibra ottica con altri grandi centri di telecomunicazione del Nord d'Italia, in particolare con Milano e Genova. Il "teleporto" che sorgerà negli ex studi cinematografici della Fiat, in zona Mirafiori, rilevati dalla Euphon, avrà una capacità di trasmissione di circa 120 canali streaming, a seconda della banda.

Il caso appena descritto è un esempio concreto di convergenza multimediale tra content provider e telecomunicazioni. L'investimento previsto è di circa 80 miliardi di lire (circa 41 milioni di euro) in dieci anni.

Un altro esempio di sviluppo sul territorio regionale di soluzioni digitali in ambito audiovisivo è rappresentato dall'attività svolta dalla LogosTv di Rivalta Scrivia. È un'azienda nata a Torino nel 1981 che si è successivamente ampliata, nel 1998, all'interno del "Parco scientifico tecnologico e delle telecomunicazione in Valle Scrivia" a poca distanza da Milano. È una società di produzioni televisive e multimediali, specializzata in prodotti riguardanti lo sport. All'interno della nuova struttura sono presenti attrezzature tecnologicamente avanzate per la realizzazione del prodotto in tutte le sue fasi. Elemento di grande interesse è la joint-venture con una software house di Genova che ha dato vita ad una compartecipata per la digitalizzazione, indicizzazione e archiviazione di contenuti video distribuibili su qualsiasi supporto. Con un archivio di oltre 4.000 ore di eventi sportivi, informazione, documentari, ecc., con immagini risalenti fino ai primi anni quaranta, l'attività di *storage*, ovvero la possibilità di usufruire del servizio on demand, rappresenta un esempio di come le "librerie digitali" possano svolgere un ruolo primario nello sviluppo del settore della commercializzazione dei prodotti audiovisivi.

Per quanto riguarda un altro settore di punta, ossia lo sviluppo di soluzioni in ambiente virtuale, sarà presto operativo in Piemonte il Virtual Reality & MultiMedia Park (VR&MMP), per ora impegnato soltanto nella formazione. La dotazione di software sofisticati per la rea-

¹³ Un ulteriore approfondimento sul VR&MMP è presentato nel paragrafo 3.4 sui *new media*.

¹⁴ Con *motion capture* si intende la riproduzione in ambiente virtuale dell'immagine in movimento catturata direttamente dal vivo, attraverso la ripresa di un attore o di un modello.

¹⁵ Il virtual set consente di montare immagini girate dal vivo o ricreate al computer come sfondo scenografico all'azione reale.

lizzazione di prodotti d'animazione in 3D come Maya e Softimage consentirà agli studenti che frequenteranno i master organizzati dal VR&MMP di sperimentare soluzioni le cui implementazioni potranno essere applicate produttivamente e prioritariamente dalla società privata che si occuperà della gestione del Parco. L'intreccio di sperimentazione, formazione e produzione viene considerato dagli operatori un nodo cruciale sul quale incardinare le strategie di sviluppo del VR&MMP. Altro aspetto rilevante è la dotazione tecnologica per il riversamento in digitale di materiale filmico. Il problema della conservazione, infatti, è particolarmente sentito da parte di tutte le cineteche che si trovano a dover gestire archivi e a rendere disponibili i materiali ivi archiviati, difficilmente gestibili se non attraverso strumenti e attrezzature dedicate che comprendono sia il nuovo archivio digitale sia il sistema di reperimento delle informazioni, attraverso parole chiave e indicizzazioni appositamente studiate.

Inoltre, dal momento che il VR&MMP si pone come centro di servizi alla produzione, le aziende piemontesi avranno accesso ad attrezzature sofisticate per molte fasi del processo produttivo: l'entrata in funzione del Parco rappresenta quindi un passaggio chiave nell'infrastrutturazione dell'intero sistema della produzione audiovisiva e multimediale piemontese, con particolare riferimento alle aziende di dimensioni ridotte per le quali è impensabile la possibilità di competere autonomamente nella sfida tecnologica¹³.

Per ciò che concerne l'animazione, il Piemonte si conferma come un'area di grande rilevanza a livello internazionale per la presenza dei maggiori operatori del settore, come la rinata Lanterna Magica e altre società ad essa collegate come Cartoonia. Tuttavia, la situazione vede anche affacciarsi nuove aziende nel settore dell'animazione: è interessante il caso di un'azienda con sede nel cuneese che opera prevalentemente per una importante ditta dolciaria, e che dal 2001 è entrata a far parte di una casa cinematografica torinese.

Nuovi scenari si vanno concretizzando, inoltre, nel mondo dei videogiochi e in particolare nello sviluppo di giochi educativi con animazione interattiva. La realizzazione di un prodotto entertainment quale il videogioco è basata su tutti quei processi creativi propri di un prodotto cinematografico: soggetto, sceneggiatura, regia, creazione di effetti speciali, ecc. L'interesse per questo settore è incentivato dai finanziamenti disponibili da parte del programma "Media Plus" dell'Unione Europea che contribuisce alla realizzazione di diverse tipologie di prodotto: i programmi ludo-educativi, i giochi di avventura basati su personaggi, i giochi per più giocatori basati su rete locale oppure on line che implicano nuovi concetti narrativi, oppure i giochi destinati alla televisione interattiva, a Internet o alla diffusione su reti a larga banda, broadcasting o webcasting. Le società di produzione di videogiochi attive in Piemonte utilizzano tutte le tecniche impiegate nel cinema e negli effetti speciali legati al cinema, come il motion capture¹⁴, il virtual set¹⁵ e l'elaborazione di immagini in 3D.

La produzione cinematografica in Piemonte

Il generale scenario di sviluppo dell'industria audiovisiva ha avuto risvolti positivi anche nella produzione cinematografica in regione. Dalla chiusura degli stabilimenti FERT negli anni settanta, ora ristrutturati per accogliere il VR&MMP, il Piemonte non aveva più ospitato grandi produzioni, ma occasionali produzioni locali. Lo scenario è completamente cambiato, in particolar modo a partire dal 1998. Nel 1996 le produzioni di una certa importanza erano solo due, ma sono salite rapidamente nel 1998 con sette film, fino ad arrivare al 2001 con 27 produzioni ospitate, di cui due fiction a basso costo in produzione lungo tutto il corso dell'anno (*Centovetrine* e *Cuori rubati*).

L'attenzione al Piemonte come possibile location è dovuta all'opera degli Uffici Cinema della Città di Torino e Regione Piemonte e, a partire dal settembre 2000, della Fondazione Film Commission. La Fondazione è un'organizzazione senza scopo di lucro che si occupa della promozione del territorio e della fornitura di servizi organizzativi e logistici per attirare produzioni in regione e massimizzare le ricadute economiche e occupazionali dell'attività cine-

¹⁶ Dal conteggio manca l'importo del budget di una fiction della Rai e di quello di *Centovetrine* per il 2001, la cui dimensione economica complessiva è di circa 30-40 miliardi di lire.

¹⁷ Il conteggio è influenzato dal dato di *Centovetrine* che, con 44 settimane di lavorazione nel 2001, rappresenta circa il 27% delle giornate complessive.

¹⁸ Si prevede la partecipazione di Sean Connery, Hugh Grant e Juliette Binoche.

¹⁹ Joanne Harris è l'autrice del romanzo *Chocolat*, da cui è stato tratto l'omonimo film interpretato da Juliette Binoche e Johnny Depp.

matografica e video. Secondo i dati forniti dalla Film Commission, le 27 produzioni ospitate in regione dal novembre 2000 avevano complessivamente un budget di oltre 70 miliardi¹⁶ (circa 36 milioni di euro) di cui 53 investiti in Piemonte (pari a 27 milioni di euro). Anche sul piano delle risorse umane l'impatto è significativo: su 164 settimane di lavorazione in regione¹⁷ sono stati impiegati 602 addetti e 264 attori locali.

Analizzando l'elenco delle 27 produzioni si nota come siano ancora poche le case cinematografiche piemontesi coinvolte. Tranne in pochi casi, le pellicole cinematografiche sono pensate e realizzate da produttori non piemontesi. Caso da segnalare, in controtendenza, è quello della Harold, che ha prodotto un film di un regista torinese con distribuzione nazionale e partecipazione a concorsi internazionali.

La Film Commission opera con una struttura organizzativa composta da quattro persone a tempo pieno, alla quale vanno aggiunti i collaboratori esterni per l'attività di ricerca di location. Il lavoro della Film Commission è proprio quello di convincere le produzioni extra-regionali (in particolar modo romane) che Torino può rappresentare una valida alternativa per la produzione cinematografica.

In questa direzione il primo passaggio è rappresentato dall'assistenza logistico-organizzativa per la scelta delle location. Una volta che il location manager, esterno alla Fondazione, ha individuato le opportune soluzioni per le produzioni, la Film Commission garantisce l'ospitalità ai produttori per la supervisione dei luoghi individuati. È il sistema mutuato dalle film commission americane, ampiamente sperimentato e collaudato, e che contribuisce in modo strutturale alla creazione di un "sistema cinema", non solo sfruttando le ricadute economiche delle produzioni in termini di ospitalità e servizi, ma anche rendendo possibile l'interazione tra produttori, professionalità, operatori e tecnologie locali ed extra-locali, incentivando gli scambi e le opportunità di crescita professionale.

Inoltre, la ricaduta in termini di immagine del territorio non si esaurisce soltanto in maggiori opportunità per la filiera produttiva strettamente legata al cinema, ma produce effetti positivi anche in altri settori economici e in primo luogo nel turismo o, nell'esempio piemontese, nella promozione dei prodotti enogastronomici. È il caso dell'accordo tra Film Commission e la direzione del Festival del Cinema di Berlino, dove ad ogni evento, festa o celebrazione, sono stati serviti esclusivamente vini piemontesi. Tale iniziativa è stata supportata anche dalla Regione Piemonte. In questo modo l'attività principale della Fondazione, quale strumento al servizio della promozione cinematografica della regione, si giova di tutti gli strumenti possibili per veicolare l'immagine del Piemonte quale luogo ricco di opportunità, di scenari, di cultura per attirare l'attenzione delle produzioni nazionali e internazionali.

In questo contesto si inserisce il progetto pilota "Vino, patate e mele rosse" che la casa cinematografica romana Eagle Pictures sta sviluppando in coproduzione con l'Enoteca regionale del Piemonte. Si tratta di un vasto progetto multimediale internazionale di promozione del vino e del territorio piemontese. Questo esperimento si articola in diverse iniziative il cui nucleo centrale è la realizzazione di un lungometraggio con noti attori internazionali¹⁸ tratto dall'omonimo romanzo di Joanne Harris¹⁹. Tale progetto rappresenta un esempio di comunicazione integrata che sfrutta tutte le risorse del mondo multimediale di Internet e la realtà digitale: si prevedono infatti la realizzazione di documentari, CD-ROM, l'apertura di un sito Internet, pubblicazioni di libri, ecc. L'investimento iniziale per la realizzazione della pellicola è di 20 milioni di dollari (circa 22 milioni di euro).

Il sostegno al settore del cinema e dell'audiovisivo non si esaurisce nel supporto logistico alla produzione di lungometraggi. Un altro aspetto di particolare interesse della produzione audiovisiva in regione è infatti rappresentato dallo sviluppo di progetti di documentari e cortometraggi. Tale produzione, per quanto marginale rispetto a quella dei lungometraggi, costituisce un importante momento nello sviluppo del settore. Nell'ambito della politica di sostegno alle attività culturali, la Regione Piemonte ha finanziato nel 2001 otto progetti per un totale di circa 300 milioni di lire (pari a circa 155.000 euro), tra documentari e cortometraggi di autori piemontesi o comunque di produzioni strettamente legate al Piemonte.

²⁰ Fonte: Censis - UCSI, *Rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione in Italia. Linee guida per la seconda annualità del progetto. Gli italiani e l'uso dei media: cinque gruppi e undici tribù*. Roma: Censis, 2002.

²¹ Fonte: citato in "Media Morfosi - La metamorfosi dei mezzi di comunicazione di massa nell'era digitale - Riflessioni e spunti di discussione per il convegno Sestopotere - SMAU 1999", a cura di Salvatore Romagnolo e Chiara Sottocorona.

²² La conferma a questa tesi viene da un'indagine condotta da Media Metrix nel 1999, secondo la quale il 35% del tempo di navigazione complessivo viene trascorso all'interno dei 50 siti più popolari, di cui i primi dieci sono in grado di assorbire da soli il 20% delle ore totali di navigazione sul web.

²³ www.newmediacenters.org

3.4 NEW MEDIA

New economy, new media, e-government, information technology, questi e altri termini mutuati dall'inglese sono diventati, ormai da qualche anno, di uso (e talvolta abuso) comune nella nostra lingua, forse anche perché "l'esotismo" di una lingua straniera ben si adatta a sottolineare la novità e il rilevante contenuto tecnologico ad essi sotteso in questo inizio di millennio dominato appunto da nuove forme di economia, dalla società dell'informazione e della tecnologia.

Il termine *new media* indica una realtà in costante trasformazione e può essere semplificato nell'italiano "nuove tecnologie della comunicazione". Oltre ai media tradizionali – TV, radio, giornali e libri – negli ultimi anni sono apparse e si sono rapidamente diffuse altre forme di comunicazione ad elevato contenuto tecnologico come i telefoni cellulari, il personal computer, Internet, decoder e DVD.

Questi nuovi media hanno, tuttavia, funzioni e percorsi molto diversi fra loro; se, ad esempio, cresce l'utilizzo e la diffusione del PC, appare ormai stabilizzato il telefono cellulare, sostanzialmente incerto fra il suo passato di mezzo di relazione e il suo futuro di strumento di comunicazione grazie alla tecnologia *wireless* legata allo sviluppo del sistema UMTS. Quest'ultimo in particolare, pur se non strettamente riconducibile al campo dei new media, può contribuire ad un ulteriore utilizzo delle nuove tecnologie attraverso il telefono (sistema WAP, possibilità di ricevere/inviare immagini e dati, mandare e-mail, ecc.).

Sempre che si voglia considerare Internet come una "vecchia tecnologia", nel senso che è ormai una realtà piuttosto consolidata (anche se in Italia naviga poco più del 10% della popolazione e con caratteristiche socioeconomiche ben precise: giovani, ad alto livello d'istruzione, occupati²⁰), i continui sviluppi in questo settore dell'informazione portano sempre più in avanti tutta una serie di prodotti, alcuni già diffusi ma in continua evoluzione e perfezionamento, altri ancora da scoprire.

Si parla, quindi, di tecnologia DVD, di trasmissioni *wireless*, di flusso d'immagini via PC, realtà virtuale, di *haptics*, cioè "tattile", di Internet 2, oltre che di altri strumenti più conosciuti come i canali satellitari o i prodotti CD-ROM.

Per new media si può poi intendere anche tutta l'attività di assistenza alle aziende nella progettazione e gestione dei servizi di comunicazione e di commercio elettronico attraverso Internet. Oppure, ancora, i new media possono essere "semplicemente" i nuovi mezzi di comunicazione che ripropongono gli *old media* in termini nuovi: TG on line, editoria elettronica, e soprattutto i portali tematici che, come ha sottolineato Francis Lorentz, autore di un rapporto sul commercio elettronico²¹ per conto del governo francese, stanno assumendo un ruolo decisivo: "concentrando giornalmente decine di milioni di visite, i portali Internet e i siti di commercio elettronico giocheranno senza dubbio un ruolo determinante nell'organizzazione del mercato ed eserciteranno un potere considerevole su scala mondiale"²².

Se, poi, il campo di applicazione dei new media è quello della cultura, si può pensare ad essi riferendosi ad un nuovo utilizzo delle tecnologie esistenti come quello offerto, ad esempio, dalle librerie digitali, l'apprendimento a distanza, l'interattività, l'applicazione di strumenti tecnologici all'ambiente museale, come parte dell'allestimento e del percorso di visita vero e proprio, oppure utilizzati come supporti alla visita senza una collocazione fissa all'interno del museo.

Negli USA esiste da tempo un'organizzazione non profit chiamata *New Media Centers*²³ che unisce università all'avanguardia e compagnie private (Microsoft, Sun, Apple, ecc.) nei settori innovativi high tech, per esplorare nuove possibilità di insegnare/apprendere attraverso i nuovi media. Fondata nel 1993, è cresciuta fino a raggruppare più di 100 istituzioni educative, mettendole in contatto con le risorse di cui hanno bisogno per sviluppare new media center nelle loro biblioteche, centri di calcolo e vari dipartimenti accademici.

Non solo gli USA, tuttavia, sono all'avanguardia nella produzione di nuove tecnologie; basti pensare all'invenzione, proprio allo CSELT di Torino, del sistema MP3 per la compressione

²⁴ E non solo di quello discografico, se si pensa a tutte le problematiche connesse alla normativa sul diritto d'autore o alla pirateria informatica.

²⁵ Fonte: Istituto Ricerche Economico-Sociali del Piemonte, *Scenari per il Piemonte del Duemila. Primo rapporto triennale*. Torino: IRES Piemonte, 2001.

dei file musicali, che ha “sconvolto” il mondo discografico²⁴, con il conseguente sviluppo di siti Internet come Napster e molti altri, che permettendo di scaricare musica gratis hanno innescato una vera e propria rivoluzione nel campo della fruizione e della distribuzione della musica e creato a tempo di record un mercato prima inesistente.

Come si può vedere, quindi, il campo di applicazione delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione è estremamente vario e complesso, e può avere conseguenze rilevanti sia sul versante dell'offerta – prodotti sempre più *user friendly*, cioè facili da utilizzare, possono migliorare la diffusione dell'informazione – sia su quello della domanda, se si pensa, ad esempio, alle facilitazioni che servizi di *e-government* potranno fornire al cittadino/utente.

Il panorama piemontese

Per quanto riguarda il panorama dei new media nella nostra regione, in assenza di un apposito censimento delle realtà operanti in questo settore, ma avendo a disposizione i dati che illustrano un Piemonte all'avanguardia, per numero di imprese, addetti e fatturato per quanto riguarda le attività legate all'informatica, le telecomunicazioni, i new media e le attività connesse alla new economy²⁵, possiamo sicuramente parlare di un campo in forte crescita e che può offrire interessanti opportunità e alternative alla grande industria, tradizionale punto di forza dell'economia piemontese.

Per quest'anno si è scelto di presentare alcuni casi studio che possono essere presi ad esempio di come possono essere impiegate le nuove tecnologie nel campo della comunicazione e, in particolar modo, nel settore culturale.

Le realtà studiate sono il CSP e il Virtual Reality & Multi Media Park (VR&MMP).

CSP

Il CSP (Centro di Eccellenza per la Ricerca, Sviluppo e Sperimentazione di Tecnologie avanzate Informatiche e Telematiche) è una società consortile di diritto privato senza scopo di lucro di cui fanno parte organismi della pubblica amministrazione (il CSI, la Regione Piemonte, la Città di Torino), istituzioni universitarie (Politecnico e Università di Torino), nonché rappresentanti del mondo imprenditoriale (la Federazione delle Associazioni Industriali del Piemonte e l'Unione Industriale di Torino).

Il CSP è un laboratorio di ricerca riconosciuto dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e nasce agli inizi degli anni novanta come “Centro Supercalcolo Piemonte” ma nel 1998 cambia nome, missione e ragione sociale (conserva il solo acronimo “CSP”) e si trasforma in struttura di Ricerca e Sviluppo.

Il CSP rappresenta un centro di eccellenza per diversi motivi: innanzitutto perché è un importante strumento di e per l'innovazione tecnologica e per il rafforzamento economico delle realtà locali, attraverso la sperimentazione di servizi evoluti e un uso intelligente delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

L'eccellenza del CSP risiede poi nel fatto che rappresenta una realtà unica nel panorama non solo italiano ma anche europeo (l'unico paragone possibile è con l'americano New Media Center che unisce università all'avanguardia e compagnie private nei settori innovativi high tech per esplorare nuove possibilità di insegnare/apprendere attraverso i nuovi media) poiché il CSP agisce come un facilitatore fra la pubblica amministrazione locale, il mondo delle imprese e le istituzioni universitarie con l'obiettivo di stimolare l'introduzione di servizi di *e-government*, fornire sia alle imprese sia alle istituzioni – specialmente nel settore culturale – nuovi strumenti di comunicazione legati alle nuove tecnologie.

²⁶ www.inlab.csp.it

Per perseguire questi obiettivi il CSP si occupa delle seguenti attività:

- consulenza e supporto a progetti che utilizzino l'innovazione e le ICT per migliorare la qualità dei servizi forniti;
- ricerca e costruzione di reti di partner (imprese, ONG, ricercatori) a livello locale, nazionale e internazionale disposti a investire e a cooperare su tali progetti;
- sperimentazione delle soluzioni tecniche trovate per evidenziarne eventuali problemi o debolezze;
- aiuto nel tradurre il servizio, dalla fase di sperimentazione a quella di implementazione;
- diffusione dei dati a livello nazionale ed internazionale.

Il CSP è organizzato, oltre che in un'area amministrativa, in due grandi settori:

- l'area Laboratori e Tecnologie, dedicata allo studio e all'analisi delle evoluzioni nel settore dell'Information Technology: progetta e sperimenta soluzioni tecniche d'avanguardia, predispose studi e analisi e gestisce i sistemi per erogare i servizi
- l'area Sviluppo e Mercato individua le esigenze e le aree d'interesse dei clienti, definisce e propone servizi, sviluppa soluzioni applicative e gestisce i servizi nella fase della loro erogazione.

Gli ambiti di ricerca e consulenza in cui opera il CSP sono diversi e rivolti sia verso il settore pubblico sia verso il mercato privato.

Attraverso la collaborazione con il Politecnico e l'Università degli Studi di Torino sono stati attivati alcuni laboratori permanenti tra cui si possono citare:

- INLab (Integrated Networks Laboratory)²⁶, gestito dal CSP congiuntamente con il gruppo di ricerca sulle telecomunicazioni del Dipartimento di Elettronica del Politecnico, operante nel campo dell'ICT ma rivolto anche ad aziende al di fuori di questo settore. Ricerca nuove soluzioni telematiche come, ad esempio, l'utilizzo del protocollo Internet come canale di trasmissione voce (VoIP – Voice over IP) tra cui lo sviluppo dell'Internet phone – “Phonema” – che permette di usare il PC come un telefono tramite client per Windows, attraverso la rete telefonica tradizionale con standard qualitativi pari a quelli della telefonia tradizionale.
- WTLab (Web Technology Laboratory) è un altro laboratorio permanente gestito dal CSP in collaborazione con il Dipartimento di Informatica dell'Università degli Studi di Torino e il cui compito è quello di studiare le diverse problematiche connesse alle scelte per lo sviluppo e l'accesso alle applicazioni telematiche. Svolge attività di application service provider, valutazione e analisi tecnica dell'accesso ai siti web, studio e programmazione per la nuova generazione dei terminali della telefonia mobile (GPRS/UMTS).
- Securelab (Laboratorio per la Sicurezza) è, invece, un'iniziativa congiunta fra il CSP e CSI Piemonte che ha come obiettivo quello di studiare tutti gli aspetti legati alla sicurezza informatica.

Oltre a queste attività di ricerca e sviluppo, decisamente più legate al versante dell'ICT, il CSP ha al proprio interno un gruppo che si occupa specificamente dei new media. Le attività di questo gruppo prevedono la progettazione e la realizzazione di prodotti multimediali evoluti e la sperimentazione di nuovi strumenti per la comunicazione.

I diversi ambiti di progetto riguardano:

- Lo studio, progettazione e sviluppo di strumenti per il web, componenti multimediali e interattive, architetture database, info design e graphic design. Tra i progetti realizzati si possono citare il sito del Progetto Torino 2000 (www.to2000.it) della Città di Torino e Telecom Italia, legato alle attività della rete sperimentale a larga banda ADSL, oppure il sito di HyperFilm (www.hyperfilm.it) che è uno strumento multimediale che consente di arricchire filmati digitali con riferimenti e altre informazioni.

²⁷ COREP (Consorzio per la Ricerca e l'Educazione Permanente).

- Lo studio, progettazione e sviluppo di portali (Vortal) informativi, in particolare legati al mondo dell'istruzione, come quelli realizzati per la Rete Regionale delle Scuole del Piemonte (www.dschola.it), per l'Osservatorio Tecnologico del Ministero dell'Istruzione (www.questionario.csp.it) che contiene un'analisi dettagliata delle reti locali delle scuole italiane di ogni ordine e grado o, ancora, il sito www.e-lib.it che è il portale di riferimento della comunità di scuole di "E-Library Spazio Informatica Scuola".
- Progetti di marketing urbano, in collaborazione con la pubblica amministrazione locale e nazionale per la definizione di strumenti di promozione di immagine e di comunicazione che forniscano ampia visibilità e leggibilità ai contenuti.
- Ricerca applicata a diversi ambiti come le attività legate all'utilizzo di tecnologie palmari in ausilio alla fruizione di contenuti in ambito museale ed espositivo, con collaborazioni con il Museo Nazionale del Cinema o il Museo di Arte Antica e Palazzo Madama e, più in generale, attività di analisi e di documentazione in merito all'utilizzo dell'ICT per la comunicazione culturale e museale.

Virtual Reality & Multi Media Park

Il VR&MMP è un caso interessante di collaborazione fra il pubblico e il privato per la creazione di una struttura che operi nel punto di convergenza tra Information Technology, la produzione audiovisiva e le telecomunicazioni, con l'intenzione di realizzare prodotti/servizi ad alto contenuto tecnologico sviluppati attraverso processi evoluti di produzione.

Il VR&MMP si è costituito nel 1999 come Spa con la partecipazione di diversi enti pubblici e privati:

- Comune di Torino
- Provincia di Torino
- Finpiemonte
- Università di Torino
- Politecnico di Torino
- Camera di Commercio, Industria e Artigianato della provincia di Torino.

La collaborazione fra il Parco, il Politecnico e l'Università di Torino, insieme a istituti di formazione professionale di differenti paesi, ha portato alla creazione della Scuola di Alta Formazione, mirata allo sviluppo di specifici moduli di insegnamento complementari all'università e di formazione continua dei professionisti. L'obiettivo dei corsi e dell'attività di formazione è quello di creare "in casa" professionalità qualificate, adatte al tipo di lavoro che si svolgerà nel Parco e che richiederà sia elevate conoscenze tecnologiche sia doti di creatività e fantasia. Sono stati attivati cinque master diurni in collaborazione con il COREP²⁷ con circa un centinaio di studenti e due corsi di aggiornamento per professionisti in fascia serale. In tutti i corsi viene utilizzato un approccio innovativo basato sull'impegno diretto dei partecipanti all'interno dei progetti per la realizzazione di prodotti finiti; impegno protratto anche in orario notturno grazie ad una struttura aperta 24 ore su 24 che permetta al personale e agli studenti di entrare e uscire, di lavorare, studiare e sperimentare.

All'attività di formazione si affianca quella del laboratorio di computer grafica e di post produzione digitale per la ricerca e lo sviluppo di applicazioni basate su nuove tecnologie e nuove soluzioni hardware e software. La sperimentazione e la ricerca costituiscono, infatti, un altro aspetto delle attività svolte dal VR&MMP, anche attraverso partnership europee e internazionali, per lo sviluppo di nuove soluzioni e nuove pratiche nel campo della realtà virtuale e i suoi specifici campi d'applicazione.

Il VR&MMP sarà strutturato, quindi, come un centro del sapere in grado di sviluppare conoscenze, produrre contenuti e realizzare prodotti (non solo prototipali) e, allo stesso tempo, mettere a disposizione i risultati delle proprie ricerche alle realtà locali impegnate nella produzione di audiovisivi.

L'ambizione del Parco è, tuttavia, quella di diventare competitivo a livello europeo e sarà questo il compito della società privata per la gestione tecnica del Parco che è attualmente in via di definizione.

Tale società avrà il compito di muoversi su un mercato difficile e in costante evoluzione tecnologica come quello della realtà virtuale, che trova oggi concreti campi di applicazione nei processi di automazione e informatizzazione dei processi di produzione audiovisiva in atto nel settore televisivo, cinematografico e pubblicitario.

La simulazione virtuale di ambienti o di effetti, come il fumo o l'acqua, la produzione di immagini tridimensionali, l'editoria elettronica on line e off line, la realizzazione di videogiochi, la produzione e la post produzione audio e video per il mercato cinematografico e televisivo o per tutte quelle aree a forte sviluppo come le televisioni digitali, i canali monotematici, la web-TV e le applicazioni della realtà virtuale a simulazioni industriali o scientifiche sono tutti esempi delle aree di punta nell'applicazione dei cosiddetti "new media" e delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

Il VR&MMP sorge in corso Lombardia a Torino, sull'area che un tempo ospitò gli "studios" della FERT, la casa di produzione cinematografica di Stefano Pittaluga che produsse numerosi film, tra cui la serie di Maciste che nel primo episodio vedeva, tra l'altro, la sceneggiatura di Giovanni Pastrone, genio del cinema subalpino, italiano e mondiale dell'inizio del XX secolo. *Cabiria*, il suo capolavoro, che stupì il mondo del cinema di allora per le scenografie e gli effetti speciali così innovativi per l'epoca, fu girato a Torino. Assume un valore simbolico, quindi, che oggi, a quasi un secolo di distanza, si possa riprodurre in città un'analoga situazione di eccellenza e di innovazione nel campo cinematografico.

Attualmente la produzione vera e propria non è ancora stata avviata – e si auspica che ciò possa accadere al più presto per sfruttare quel vantaggio tecnologico su altre realtà simili che stanno sorgendo o vogliono sorgere in altre regioni italiane – ma per il futuro lascia ben sperare la dotazione di attrezzature tecnologiche all'avanguardia (che ammontano ad un valore di oltre dieci milioni di euro) e di strutture come i due teatri di posa, rispettivamente da 1.500 e 700 mq e a cui seguirà la costruzione di altri due più piccoli da 200 mq ciascuno, le sale regia e tutti i servizi ad esse collegati.

²⁸ Decreto del Ministero per i Beni e le Attività Culturali n. 470 del 4 novembre 1999 ("Regolamento recante criteri e modalità di erogazione di contributi in favore delle attività teatrali, in corrispondenza agli stanziamenti del Fondo Unico per lo Spettacolo, di cui alla legge 30 aprile 1985, n. 163).

²⁹ "Regolamento degli interventi a sostegno delle attività teatrali di cui alla legge regionale 30 maggio 1980 n. 68".

³⁰ Il dato è relativo alla somma delle entrate del Teatro Stabile per la stagione 1999/2000 con quelle di 45 compagnie professionistiche in Piemonte, per la stagione 2000.

I due casi presentati sono citati come un esempio di quello che attualmente esiste nel panorama regionale e come elemento di conoscenza per il futuro senza, tuttavia, la pretesa di voler esaurire l'argomento dei new media che, per le caratteristiche di continua innovazione e di trasversalità a molteplici settori, porta verso confini che è difficile qualificare.

Il problema principale in questo caso è dato dall'impossibilità di studiare il settore attraverso i mezzi tradizionali (censimento del numero d'impresе, dimensione per addetti, fatturato, ecc.), in primo luogo perché questi dati sono difficilmente utilizzabili dal momento che sono solitamente riferiti al campo della new economy in generale che, quindi, raggruppa imprese accomunate dall'utilizzo di nuove tecnologie, ma non sempre strettamente connesse al mondo della cultura e, in secondo luogo, proprio per le caratteristiche di trasversalità del settore e dei suoi effetti a cascata ramificati in molteplici campi d'azione.

L'impossibilità di studiare i nuovi media attraverso i tradizionali indicatori non significa, tuttavia, che l'argomento sia esaurito con questi due *case studies* che, invece, rappresentano solo l'inizio di una descrizione "dall'interno" di un mondo in continua evoluzione e di cui ci impegniamo a fornire ulteriori elementi di conoscenza nei prossimi anni.

3.5 LO SPETTACOLO DAL VIVO

Teatro in Piemonte

Nel 1999 il Ministero per i Beni e le Attività Culturali ha emanato un nuovo “Regolamento recante criteri e modalità di erogazione di contributi in favore delle attività teatrali, in corrispondenza agli stanziamenti del Fondo Unico per lo Spettacolo”²⁸. Il decreto prevede l’assegnazione da parte dello Stato di contributi finanziari definiti su base triennale ed erogati annualmente. L’obiettivo è quello di garantire una maggiore stabilità agli operatori attraverso contribuzioni stabilite per progetti triennali. In seguito al mutamento del quadro normativo di riferimento a livello nazionale, la Regione Piemonte ha ritenuto opportuno avviare un confronto con gli operatori del settore teatrale al fine di redigere un regolamento²⁹ applicativo necessario a regolare l’accesso ai fondi regionali. Tale regolamento prevede che le richieste di contributi da parte degli operatori teatrali siano accompagnate da una documentazione amministrativa e contabile riferita all’anno solare. Si è quindi passati da una gestione delle attività (rendicontazione finanziaria, raccolta di dati quantitativi del pubblico e della produzione) su base stagionale a una gestione su base annuale. Tra la stagione 1998/1999 e quella successiva, rappresentata dall’anno solare 2000, si evidenzia dunque un periodo di transizione, che, tuttavia, non impedisce di confrontare i dati a disposizione, poiché in entrambi i casi si tratta di dati relativi a 12 mesi di attività. I dati oggetto di analisi in questo paragrafo sono dunque relativi all’anno 2000, ad eccezione di quelli riguardanti il Teatro Stabile di Torino.

Nel complesso, la produzione teatrale in regione ha dato segnali positivi: le giornate lavorative sono aumentate del 7%, così pure il pubblico delle produzioni e delle tournée.

La dimensione delle entrate complessive è di oltre 51 miliardi di lire³⁰ (pari a oltre 26 milioni di euro), circa l’8% in più rispetto alla stagione precedente. L’aumento è però da attribuire quasi interamente all’incremento del bilancio del Teatro Stabile, che da solo rappresenta il 48% delle entrate complessive. Analizzando gli ultimi tre anni, si vede come gli addetti a tempo pieno siano aumentati, passando dalle 348 unità lavorative della stagione 1997/1998 ai 381 addetti stimati impiegati a tempo pieno (FTE) del 2000. Tale incremento, tuttavia, è per lo più dovuto all’aumento delle giornate lavorative complessive, in particolar modo da parte del Teatro Stabile e delle compagnie medio-piccole. Soprattutto nel caso di queste ultime, non è raro che nel calcolo delle giornate lavorative confluisca il lavoro di non professionisti, i quali si appoggiano a soggetti dotati di una struttura amministrativa e organizzativa per occasionali rappresentazioni. A questi vanno aggiunti gli addetti con contratti a tempo determinato o artisti assunti anche solo per pochi giorni.

La definizione di gruppi in base a parametri di occupazione, attività e dimensione economica è indispensabile per tracciare le dinamiche del settore teatrale in regione, dal momento che le analisi dei dati considerati a livello regionale sono fortemente condizionati dalla presenza del Teatro Stabile di Torino, il quale rappresenta, come sopra evidenziato, quasi la metà della dimensione economica complessiva e un terzo degli occupati.

Il *primo gruppo* è composto esclusivamente dal Teatro Stabile, analizzato separatamente rispetto agli altri soggetti non solo per le sue dimensioni in termini economici e occupazionali, ma anche perché i dati forniti sono relativi alla stagione 1999/2000, mentre per le altre compagnie viene considerato l’anno solare 2000. Rispetto alla passata stagione, il Teatro Stabile ha notevolmente incrementato la propria attività, con un aumento delle entrate pari al 12% (erano 22 miliardi di lire, pari a 11,3 milioni di euro, nella scorsa stagione, sono 24 miliardi, pari a 12,3 milioni di euro, in quella 1999/2000), dovuto in particolar modo all’attività di tournée e di coproduzione, oltre che ad altre contribuzioni relative a progetti speciali. Le recite di spettacoli prodotti dallo Stabile sono quasi raddoppiate (passando dalle 139 rappresentazioni della stagione 1998/1999 alle 218 di quella qui considerata), come pure gli artisti e i tecnici scritturati per meno di 200 giornate lavorative, mentre le recite delle compagnie ospi-

³¹ Il conteggio non si riferisce a 93 persone, bensì ai tempi di lavoro conteggiati in FTE.

tate sono aumentate del 18%. Il complesso delle attività dello Stabile ha prodotto un aumento anche del pubblico di circa il 12% (sono oltre 220.000 gli spettatori dell'ultima stagione). Nel *secondo gruppo* sono inserite sei compagnie di grandi dimensioni, una in meno dello scorso anno. Le giornate lavorative complessive delle compagnie analizzate sono pressoché stabili, pari a circa 33.000, nonostante il conteggio riguardi sei compagnie per il 2000 – non essendo più compresa la compagnia del Gruppo della Rocca per la cessazione dell'attività operativa – contro le sette della scorsa stagione. Per ciò che concerne gli addetti delle compagnie confrontabili, si passa dalle 142 unità nella stagione 1998/1999 alle 161 dell'anno 2000. L'aumento è imputabile esclusivamente a due soggetti, mentre gli altri quattro si sono mantenuti sui livelli della stagione precedente. La dimensione economica complessiva si attesta intorno ai 16 miliardi di lire (oltre otto milioni di euro), sostanzialmente sugli stessi livelli della stagione 1998/1999, come pure l'incidenza percentuale dei contributi pubblici sul totale delle entrate: circa il 44% delle entrate deriva da finanziamenti pubblici, era il 43% nella stagione 1998/1999. Sono notevolmente aumentate le giornate recitative delle compagnie comparabili rispetto alla passata stagione, attività che ha portato ad un aumento di circa il 5% di spettatori. Il numero di spettacoli prodotti nel 2000 rimane invariato rispetto alla stagione 1998/1999, ma sono significativamente aumentate le repliche.

Il *terzo gruppo*, che comprende le compagnie di medie dimensioni, ha subito un notevole cambiamento al suo interno. Il numero di compagnie che per dimensione economica e addetti sono incluse in questo gruppo è passato da 13 della passata stagione a 19 nell'anno 2000. Alcune compagnie hanno visto una contrazione della propria attività che le ha fatte retrocedere al gruppo di più piccole dimensioni, mentre altre hanno consolidato la propria posizione. Si assiste inoltre a nuovi ingressi, dovuti a compagnie di nuova costituzione. Il campione non è dunque omogeneo, non includendo le medesime compagnie, ma è importante valutarne le differenze rispetto alle elaborazioni dell'anno precedente in quanto rappresentative comunque delle dinamiche in atto nel territorio. Sono compagnie che impiegano stabilmente dai due ai dieci addetti, per un totale di 93 addetti³¹. La dimensione economica di questo gruppo, aumentata rispetto alla scorsa stagione, si attesta attorno ai 7,6 miliardi di lire (circa quattro milioni di euro) e varia, a seconda della compagnia, dai 200 ai 600 milioni di lire. Solo un terzo delle entrate deriva da finanziamenti pubblici, mentre le restanti entrate si dividono tra ospitalità, sponsor, affitto sale e altre attività. Il contributo ministeriale rappresenta un terzo del totale dei contributi pubblici, a differenza del secondo gruppo, in cui rappresenta oltre il 45% del finanziamento pubblico.

Il *quarto gruppo* è composto da 15 compagnie semiprofessionistiche composte mediamente da uno o due addetti conteggiati in FTE e le cui entrate variano dai 90 ai 300 milioni. La dimensione economica complessiva supera di poco i 2,3 miliardi (circa 1,2 milioni di euro). La migrazione verso l'alto di quelle compagnie che, con un'attività maggiore rispetto alle medie di gruppo nella passata stagione, sono riuscite a consolidare ulteriormente la loro presenza sul territorio, ha in qualche modo "impoverito" il gruppo, all'interno del quale si evidenzia una sensibile riduzione delle giornate lavorative. Si tratta generalmente di piccole compagnie per le quali il finanziamento pubblico rappresenta solo un terzo del complesso delle entrate, ed è totalmente assente il contributo ministeriale.

Il *quinto gruppo* – l'ultimo – è rappresentato da compagnie di piccole e piccolissime dimensioni, alcune quasi del tutto amatoriali, il cui volume di entrate non supera complessivamente i 200 milioni di lire (circa 103.000 euro).

La musica

Il Teatro Regio rimane la struttura più importante sul territorio non solo dell'ambito musicale ma di tutto il settore dello spettacolo dal vivo, per dimensione economica e numero di addetti. Negli ultimi tre anni ha progressivamente aumentato sia il volume delle entrate, atte-

statosi nel 2000 sui 59 miliardi, circa 30,5 milioni di euro (contro i 54 miliardi nel 1999, pari a quasi 28 milioni di euro, e i 51 del 1998, pari 26 milioni di euro), sia il personale che, tra stabile e stagionale, è salito a 348 unità. Nel 2000, il numero complessivo di rappresentazioni è leggermente calato in seguito alla contrazione dell'attività concertistica, sia al Teatro Regio che al Piccolo Regio, mentre le rappresentazioni di lirica e balletto sono aumentate passando dai 101 spettacoli del 1999 ai 105 del 2000. Il Teatro Regio non è attivo solo nel capoluogo piemontese, giacché svolge anche un'attività decentrata nel resto del Piemonte: dei 350 spettacoli proposti, 72 si sono svolti fuori Torino. Da evidenziare è la consistente attività didattica e la produzione di varie manifestazioni rivolte alle scuole, per un totale di 1.030 iniziative nel 2000. Il pubblico pagante è diminuito del 7%, scendendo a circa 170.000 presenze, ma è da rilevare una quota consistente di presenze, pari a oltre 90.000, agli spettacoli e manifestazioni gratuite.

Altra istituzione di particolare rilevanza, non solo a livello regionale ma nazionale, è l'Orchestra Sinfonica Nazionale della Rai che nel 2000 ha proposto 111 concerti. Nel suo complesso, l'attività dell'Orchestra si è lievemente contratta a causa di una diminuita attività in altre regioni italiane e all'estero, mentre per quanto concerne il Piemonte la produzione è aumentata a 89 concerti (contro gli 80 della stagione precedente) per un totale di 133.000 presenze (erano 112.000 nel 1999). Il numero di addetti stabili impiegati, per lo più personale artistico, è salito a 137 unità, ma a questi vanno aggiunti gli addetti a tempo determinato – in particolare si tratta di professori d'orchestra o di collaboratori impiegati in ambiti differenti quali biglietteria, ufficio stampa o service tecnico.

Accanto a queste grandi realtà di produzione vi sono altre due strutture di particolare rilievo impegnate nell'organizzazione di eventi e stagioni musicali: l'Unione Musicale e l'Associazione Lingotto Musica.

L'Unione Musicale è un'associazione culturale che opera in regione da oltre 50 anni ed è impegnata nell'organizzazione di stagioni musicali e di concerti di musica classica e contemporanea a Torino, e nel resto del Piemonte. Oltre a collaborare regolarmente con altre istituzioni musicali di rilievo, coordina il circuito "Piemonte in musica" in collaborazione con la Regione Piemonte per il decentramento delle attività musicali sul territorio piemontese. Nel 2000 ha incrementato la propria attività proponendo 53 concerti contro i 42 dell'anno precedente, per un totale di quasi 40.000 presenze.

Più recente è l'attività dell'Associazione Lingotto Musica, che dal novembre 1997 organizza la propria stagione programmando in media un appuntamento al mese per un totale di otto concerti per stagione, per lo più di musica sinfonica. Nel 2000 l'Associazione ha proposto sette concerti contro i dieci del 1999, tutti realizzati presso l'Auditorium Giovanni Agnelli del Lingotto. Alla stagione "I Concerti del Lingotto" si affianca dal 1999 l'iniziativa "Giovani per i giovani", con cinque concerti pomeridiani gratuiti eseguiti da giovani interpreti.

Esistono poi, nel panorama regionale, altri soggetti particolarmente attivi sul territorio, non solo nell'organizzazione ma anche nella produzione musicale.

Oltre alle realtà sopra menzionate l'Ocp ha rilevato i dati relativi ad altre 29 strutture attive in regione che possono essere suddivise in tre classi dimensionali:

- un primo gruppo è composto da una società e da tre orchestre (l'Academia Montis Regalis, l'Orchestra Sinfonica Giovanile del Piemonte e l'Orchestra Filarmonica di Torino) impegnate non solo nell'organizzazione di stagioni ma anche nella produzione di concerti ed eventi musicali, con una dimensione economica che varia dai 700 milioni al miliardo, per un ammontare complessivo nel 2000 di 3,2 miliardi di lire (oltre 1,6 milioni di euro);
- nel secondo gruppo sono comprese 14 strutture di medie dimensioni con una disponibilità economica che varia dai 100 ai 500 milioni di lire, per lo più concentrate nella provincia di Torino, la cui dimensione economica complessiva è di circa 3,7 miliardi di lire (quasi due milioni di euro);
- l'ultimo gruppo è rappresentato dalle strutture di piccole dimensioni con un volume di entrate inferiori ai 100 milioni di lire (oltre 51.000 euro).

L'analisi dei flussi economici di questo campione monitorato evidenzia come i contributi pubblici rimangano la fonte principale di finanziamento. In media, infatti, solo il 17% delle entrate deriva dallo sbigliettamento e dalla vendita di abbonamenti, benché tale incidenza percentuale salga ad un terzo trattando delle organizzazioni di maggiori dimensioni. Occorre comunque evidenziare che la maggior parte dei soggetti affianca all'attività commerciale un'offerta di spettacoli a prezzi relativamente contenuti, a volte gratuiti, elemento che incide sul bilancio complessivo.

Come più volte rilevato per altri sub-settori analizzati, anche in ambito musicale la maggior parte delle attività si concentra nell'area metropolitana torinese: oltre la metà dei soggetti monitorati risiede infatti nella provincia di Torino.

Il monitoraggio dell'OCP include sia le realtà medio-piccole, caratterizzate dall'elevato livello professionale ma anche da una certa discontinuità nel numero dei concerti, sia le strutture professionistiche che hanno consolidato la propria attività nell'arco degli anni. Si tratta di organizzazioni che hanno sviluppato una certa continuità nei rapporti con il territorio, anche in seguito al consolidamento dei rapporti con gli enti locali i quali, anche attraverso il finanziamento di questi soggetti, attuano le proprie politiche culturali. In generale, il panorama della produzione di musica colta è dunque caratterizzato da una sostanziale stabilità, in linea con quanto rilevato negli ultimi anni.

Di segno opposto è il quadro relativo alla produzione di musica che, per antitesi rispetto alla musica colta, potremmo definire "altra". Se la musica colta gode infatti di spazi ormai consolidati quali il Teatro Regio, l'Auditorium del Lingotto, il Conservatorio, o altri luoghi – come quelli di culto – comunque riconoscibili come peculiari di tale offerta musicale, non è così per la musica "altra". Gli artisti di fama nazionale o internazionale, in virtù dei grandi numeri di pubblico, si esibiscono nei grandi teatri o nei palazzetti dello sport, mentre per la musica "altra" di livello regionale non esistono luoghi, ambienti deputati. L'offerta di spazi si articola in una miriade di locali, pub, centri culturali, ecc. Tali spazi rappresentano quella che potremmo definire una "rete di servizio": luoghi per l'esibizione di quella fascia di musicisti professionisti, ma anche semiprofessionali o amatoriali emergenti. A differenza della musica colta, questo tipo di musica tende a creare una sorta di community, in alcuni casi virtuale nel senso di circuitazione di idee, di artisti, di materiale musicale in rete. La ricchezza dell'offerta musicale piemontese si articola in una miriade di gruppi musicali che operano a questo livello. È l'universo delle band, dei musicisti e delle crew di artisti che hanno sempre trovato nei locali alternativi, nei pub, circoli ricreativi o discoteche i luoghi preferenziali per esibirsi.

A partire da ottobre 2000 l'ENPALS ha stipulato una convenzione con la SIAE per la supervisione e il controllo delle contribuzioni sulle prestazioni di lavoro da parte degli artisti. Il cambiamento delle regole contributive, che prevedono l'adozione di una forma giuridica da parte degli artisti per potersi esibire, ha comportato un aggravio in termini economici e organizzativi considerevoli anche per i gestori dei locali. Il pericolo delle sanzioni induce dunque gli esercenti a una maggior cautela, ad una selezione rigorosa sulla base della formalizzazione dei contratti, o più semplicemente alla rinuncia ai concerti. L'effetto viene maggiormente avvertito proprio da quei gruppi emergenti per i quali i locali rappresentano un importante momento di crescita e di confronto con il pubblico.

L'esibizione dal vivo non rappresenta più tuttavia l'unico momento di visibilità per gli artisti piemontesi. Le possibilità offerte dal web stanno ampliando e rivoluzionando i rapporti tra domanda e offerta di musica. Una "rivoluzione dal basso" che consente a chiunque, dotato di un computer di media potenza e di un software di gestione del suono, di accedere a quella rete di rapporti e relazioni che consentono una diffusione e circuitazione delle proprie opere su scala globale. È chiaro che la diffusione del formato MP3 ha influito sul mercato discografico, configurando nuovi canali di distribuzione (rispetto alle case discografiche) e di comunicazione (rispetto a radio e Tv). Tuttavia non è possibile attualmente quantificare l'impatto di questa innovazione tecnologica su scala regionale per verificare se, e in quale misura, il fenomeno della rivoluzione digitale possa incidere sull'attività dei gruppi locali. È evidente

³² Il data mining è uno strumento per l'analisi di dati aziendali.

che se da un lato è possibile misurare in qualche modo l'impatto economico di questi cambiamenti per il mercato discografico (si pensi alle perdite di fatturato delle industrie discografiche a causa delle duplicazioni illegali dei CD), dall'altro lo stesso impatto appare difficilmente quantificabile per quella parte della produzione musicale che, ancora ai margini del mercato, risulta impossibile afferrare pienamente. Le dinamiche della musica in rete sono inoltre meno evidenti e prevedibili rispetto a quelle del mercato tradizionale: la presenza di un brano musicale in Internet non è infatti garanzia di una massiccia diffusione, prerogativa fortemente legata alla radio e alla televisione. Questi ultimi restano a pieno titolo i media privilegiati per la comunicazione dei contenuti musicali: basti pensare ai *Feel Good Production*, una sigla dietro la quale operano due giovani artisti di Alba, portati alla ribalta da una nota trasmissione televisiva e il cui brano di punta è stato ripetutamente trasmesso da network radiofonici e da televisioni musicali.

Nel contesto della distribuzione della musica digitale il caso di Vitaminic rappresenta un esempio delle evoluzioni dei comportamenti di consumo da un lato e delle dinamiche di produzione dall'altro.

Vitaminic

Vitaminic è una società che opera a livello internazionale per la distribuzione e la promozione di musica su formato digitale. Vitaminic è anche una piattaforma, un portale e una community per la diffusione di musica in streaming e downloading, su rete sia fissa sia mobile.

Le business area sono essenzialmente tre: l'area consumer, i cui ricavi derivano dalla vendita dei brani messi a disposizione; l'area business, in cui Vitaminic offre servizi e infrastruttura tecnologica alle aziende richiedenti; l'area dei servizi musicali all'industria discografica, attraverso indagini di mercato, marketing e data mining³².

Fondata da tre torinesi nell'aprile 1999, ha aumentato vertiginosamente il fatturato e il volume di attività, arrivando a posizionarsi tra le maggiori società in Europa nel suo settore. Una politica di accordi con vari operatori non solo dei settori strettamente correlati alla musica ma anche nell'ambito delle telecomunicazioni, ha prodotto un'espansione considerevole, con l'acquisizione in poco meno di tre anni di cinque soggetti operanti nel settore in Europa.

È da evidenziare tuttavia come i ricavi solo in parte derivino dall'e-commerce, mentre gli utili maggiori del gruppo provengono dalle aree di fornitura di contenuti e infrastruttura tecnologica e dall'area della pubblicità e promozione.

Oltre a questa parte di attività esclusivamente commerciale, Vitaminic si configura come un servizio per gli artisti che possono in questo modo accedere ad un sistema di promozione di qualità.

I festival

Per il 2000 l'OCP ha censito 69 festival – sebbene il numero di manifestazioni, rassegne e eventi sia decisamente maggiore – che contribuiscono a definire un quadro estremamente vario sia per tipologia sia per periodo di svolgimento, connotando il Piemonte come un territorio caratterizzato da un'offerta ricca e capillarmente distribuita sul territorio. Gli eventi e le manifestazioni temporanee, spesso anche di piccole e piccolissime dimensioni, assumono particolare rilievo nelle zone a bassa densità di popolazione, in cui difficilmente operano soggetti in grado di esprimere un'offerta culturale continuativa.

I festival si concentrano per la maggior parte nell'area metropolitana di Torino (64%), e nella provincia di Cuneo (10%), mentre le altre province si attestano tutte su valori inferiori al 6%. Quella musicale è senza dubbio la tipologia di offerta più ricca e rappresenta il 48% del totale monitorato: si tratta per lo più di spettacoli di musica rock/pop, ma è notevole anche l'incidenza della musica jazz, folk, antica e classica. Più di un quarto sono le manifestazioni legate al teatro, mentre le restanti sono equamente distribuite tra festival cinematografici e di danza. Si deve sottolineare, tuttavia, che a causa delle contaminazioni tra i generi e l'ibridazione delle proposte artistiche diventa sempre più difficile stabilire una classificazione per i festival legati più a concetti o a temi (ad esempio la contemporaneità) che vengono declinati nei diversi generi: la danza, il teatro, le arti visive eccetera.

Complessivamente, ammonta a circa 21 miliardi di lire (circa 11 milioni di euro) la dimensione economica dei 55 festival per i quali si dispone dei dati economici; la fonte da cui proviene la maggior parte delle risorse è di natura pubblica: la Regione Piemonte assolve un ruolo primario, provvedendo al 31% circa del totale delle entrate, mentre alle amministrazioni comunali si deve un contributo pari al 23%, e a quelle provinciali il 3%. L'intervento dello Stato, attraverso il Fondo Unico per lo Spettacolo (Fus), incide per il 9% e riguarda 10 dei 53 festival per cui si dispone dei dati completi, mentre sembra in lieve aumento rispetto agli anni scorsi l'incidenza del complesso delle sponsorizzazioni (circa 10%). Va infine rilevato che si conferma stabile in termini percentuali la quota derivante da autofinanziamento (che include sbigliettamento ma anche proventi da vendite collegate, risorse proprie, ecc.), che per il 2000 si attesta intorno al 23%.

I soggetti per i quali si dispone dei dati relativi al numero di esibizioni nel corso del 2000 (che rappresentano circa la metà del totale dei festival monitorati) hanno realizzato circa 650 spettacoli. Per quanto riguarda il pubblico, infine, il numero complessivo delle presenze è di difficile quantificazione: dai dati rilevati si evidenzia che la maggioranza degli spettacoli è offerta gratuitamente, com'è nella natura di manifestazioni di questo tipo, elemento questo che ostacola una quantificazione precisa del pubblico presente.

Ma è proprio in questo contesto di un'offerta diversificata e alla portata di una massa numerosa di fruitori che si inserisce la formula del festival. Si tratta di un genere di manifestazioni che proprio sulla diversificazione delle proposte e sulla modalità della loro rappresentazione trova il suo punto di forza. La concentrazione in uno spazio e in un periodo limitati pare essere la formula più adeguata ed efficace per l'approfondimento di tematiche e ambiti culturali (specialmente quelli legati alla ricerca, all'inedito, al marginale, ecc.) che difficilmente troverebbero spazio all'interno di strutture e contenitori più tradizionali meno propensi a sperimentare e a "rischiare" su nuovi contenuti e su nuove modalità di fruizione.

I festival, tuttavia, rappresentano qualcosa di più di una pura opportunità di consumo culturale, specie nella loro diffusione territoriale al di fuori dei grandi centri. Il loro contributo più rilevante consiste spesso nell'attivare risorse ed energie locali, nel mobilitare il volontariato, nel mettere al centro – attraverso una offerta culturale – le peculiarità e le risorse di un territorio. Importante quindi, proprio in direzione di possibili progetti di sviluppo locale anche al di fuori dell'ambito culturale, il ruolo di riconoscimento e di recupero delle identità locali, specialmente in quei territori che hanno vissuto o stanno vivendo un progressivo indebolimento del tessuto socioculturale (è il caso dei festival nelle comunità montane o nei territori caratterizzati da fenomeni di marginalità). In questo contesto si inserisce l'iniziativa di "Piemonte dal vivo" promossa dalla Regione Piemonte, la quale offre l'opportunità di una maggiore visibilità dei festival aderenti. È una sorta di "percorso trasversale" fra le varie manifestazioni e festival lungo tutto il territorio regionale. L'offerta è alquanto diversificata e interessa tutti i generi di spettacolo dal vivo: dai concerti di musica klezmer a spettacoli con burattini, dal concerto di musica leggera agli spettacoli di danza. È significativa la presenza di festival aderenti a "Piemonte dal vivo" in città non capoluogo e nei centri minori, indice di un'attenzione verso il territorio e verso la vivacità artistico-culturale dei luoghi. L'interesse suscitato dalle opportunità di valorizzazione sia del territorio sia delle proposte culturali in

³³ Legge regionale n. 16 del 2 marzo 1984 ("Sostegno ad iniziative concernenti la ristrutturazione e l'ammodernamento di strutture culturali e dello spettacolo").

esso contenute ha portato ad un progressivo aumento del numero di festival aderenti a tale iniziativa, passati dai 31 del 1999 ai 56 del 2002. “Piemonte dal vivo” si propone di convogliare l’attenzione sulle manifestazioni ormai consolidate nel panorama dell’offerta culturale in regione. Fornisce inoltre agevolazioni in termini di comunicazione dei festival aderenti mediante la divulgazione del materiale promozionale in Italia e all’estero. Sebbene vi sia una certa concentrazione nel periodo estivo, i festival di “Piemonte dal vivo” sono distribuiti lungo tutto l’arco dell’anno e rappresentano un’offerta trasversale tra generi e territori, tra cultura e turismo.

I circuiti regionali dello spettacolo

Rispetto alla filiera della produzione di spettacoli dal vivo, i circuiti regionali rappresentano una sorta di collettore di attività poiché in alcuni casi, a seconda dei sub-settori presi in considerazione, si possono ritrovare soggetti che operano sul territorio autonomamente. In questi termini, i circuiti assolvono ad una funzione non solo di servizio per quanto riguarda la distribuzione dell’offerta, ma rappresentano un momento di visibilità anche per gli operatori piemontesi, i quali hanno un’opportunità in più di circuitazione delle loro proposte. Infatti, circa un terzo delle compagnie impegnate nei circuiti teatrali sono piemontesi, mentre i musicisti piemontesi che si esibiscono nel circuito di “Piemonte in musica” sono circa il 70%.

La dimensione economica dei circuiti considerati si aggira intorno ai 6,6 miliardi di lire (circa 3,4 milioni di euro) e ha interessato complessivamente più di 260 comuni in regione. Il totale degli spettacoli offerti è di quasi 1.400 tra concerti, proiezioni cinematografiche e rappresentazioni teatrali, di cui quasi la metà sono concerti di musica classica.

Gli spazi per la cultura

Le polemiche seguite all’applicazione della convenzione ENPALS-SIAE in materia di controllo delle contribuzioni degli artisti e degli esercenti di locali ha riportato alla ribalta il problema della disponibilità di spazi per la musica. L’adozione delle nuove disposizioni vincola i gestori di locali commerciali quali pub, discoteche, ecc., a regolarizzare la posizione di ogni artista, indipendentemente dal livello professionale, con il conseguente aggravio di spesa per entrambe le parti. Mentre la consuetudine del “rimborso spese” aveva consolidato rapporti di collaborazione tra gli artisti e i gestori, e aveva in qualche modo ampliato la disponibilità di spazi, la normativa ha per certi versi incrinato questo rapporto.

Si ripropone dunque il problema dell’offerta di spazi sul territorio, intesi non soltanto come disponibilità di locali coperti, ma più in generale come luoghi di consumo di spettacoli dal vivo (si pensi agli eventi all’aperto).

In questo contesto si inserisce la politica di sostegno ad iniziative concernenti la ristrutturazione e l’ammodernamento di strutture culturali e dello spettacolo della Regione Piemonte³⁴. Dal 1995 l’ente regionale ha investito circa 27 miliardi di lire (quasi 14 milioni di euro), di cui quasi il 76% per ristrutturazioni degli edifici e il restante 24% per l’adeguamento delle attrezzature. I finanziamenti sono rivolti non solo agli spazi per lo spettacolo dal vivo, quali sale da concerti e teatri, ma anche alle sale cinematografiche, ai centri polifunzionali, a edifici dismessi e riattati a luoghi di spettacolo. Nel periodo 1995-2001 gli interventi hanno interessato 222 soggetti per l’ammodernamento delle attrezzature e 148 per le ristrutturazioni edili. A partire da un investimento nel 1996 di quasi quattro miliardi di lire (poco più di due milioni di euro), nel 2001 gli investimenti sono saliti a 5,5 miliardi (2,8 milioni di euro). La parte più consistente dei finanziamenti è assorbita dalle ristrutturazioni, proprio perché il recupero funzionale di strutture dismesse o il riadattamento di edifici originariamente non destinati ad attività culturali è il primo passo per la creazione degli spazi indispensabili per lo

³⁴ Le mostre monitorate nel 2001 all’interno del Sistema Museale Metropolitano sono 69, contro le 54 dell’anno precedente.

³⁵ Al di fuori del Sistema Museale Metropolitano sono state monitorate nel 2001 88 mostre, contro le 74 del 2000.

sviluppo dello spettacolo dal vivo. L'apertura di spazi per lo spettacolo assume un'importanza non solo culturale, ma anche di difesa e di consolidamento del tessuto sociale, nonché di riequilibrio territoriale delle opportunità culturali, rilevante soprattutto nelle aree del territorio regionale caratterizzate da un'offerta meno strutturata. In quest'ottica, oltre un terzo dei soggetti che hanno usufruito dei finanziamenti sono comuni che hanno ricevuto in totale oltre 12 miliardi di lire (oltre 6,5 milioni di euro). Gli interventi di cui si sono fatti promotori i comuni piemontesi sono quasi il 51% degli interventi oggetto di contributo. Del complesso dei contributi erogati nel periodo 1995-2001 quasi il 50% è localizzato nella provincia di Torino; in provincia di Alessandria e Biella sono allocati rispettivamente il 10,4% e il 10,2%, e nella provincia di Cuneo il 9,4%. Il restante 20% dei contributi è distribuito sul resto del territorio regionale.

³⁶ Istituto Nazionale di Statistica, *Istituzioni Nonprofit in Italia. I risultati della prima rilevazione censuaria. Anno 1999*. Roma: ISTAT, 2001.

3.6 ALTRE ATTIVITÀ CULTURALI

Attività espositiva

Se l'organizzazione di mostre, alla luce dei dati esposti nel primo capitolo, sembra ricoprire un ruolo sempre più rilevante all'interno delle istituzioni museali e dei beni culturali nel Sistema Museale Metropolitan torinese³⁴, come nel resto del territorio regionale³⁵, è opportuno evidenziare che le esposizioni temporanee rappresentano un'attività che coinvolge e che viene sviluppata in maniera crescente anche da altri soggetti, all'interno di spazi fra loro estremamente diversificati.

Sono molteplici i soggetti attivi sul territorio nell'organizzazione di mostre. I dati forniti dalla Regione Piemonte relativi al 2000 consentono di individuare circa 90 enti – erano una settantina nel 1999 – promotori e organizzatori di altrettante esposizioni temporanee.

Si tratta prevalentemente di associazioni (31%), ma vi sono anche circoli culturali, centri di studio, fondazioni. Un peso significativo nella composizione per tipologia dei soggetti che realizzano attività espositiva temporanea va attribuito agli enti locali, che rappresentano il 25% del totale dei soggetti considerati.

Per ciò che concerne le sedi che ospitano tali attività, sono i beni culturali (palazzi, ville, castelli, chiostri, ecc.) a rappresentare gli spazi maggiormente utilizzati, cui fanno seguito i luoghi di culto. Non mancano nemmeno i luoghi all'aperto, rappresentati dalle strade delle città, parchi e giardini. Dal punto di vista della localizzazione si individua una prevalenza di enti attivi in questo comparto in provincia di Torino, cui fa seguito quella di Cuneo.

Una valutazione della dimensione occupazionale legata alla realizzazione di mostre risulta estremamente difficile in ragione sia del carattere temporaneo di tali attività sia dell'apporto consistente del personale volontario. Relativamente alla dimensione economica, sulla base dei dati disponibili, per le 90 mostre prese in considerazione si stima un costo complessivo di circa nove miliardi di lire (circa 4,6 milioni di euro).

Associazionismo culturale

L'ultimo decennio è stato caratterizzato da un ampio dibattito sul settore non profit, che ha fatto seguito a numerosi provvedimenti normativi volti a regolare, in modo più esplicito di quanto non fosse stato fatto in precedenza, l'identità istituzionale e le attività delle organizzazioni di volontariato, delle cooperative sociali, delle organizzazioni non lucrative di utilità sociale, delle fondazioni e associazioni. La sempre maggiore rilevanza assunta da tale settore ha stimolato la realizzazione da parte dell'ISTAT di un censimento finalizzato a far emergere le dimensioni del settore e delinearne le principali caratteristiche strutturali³⁶.

Le istituzioni non profit compongono un quadro estremamente eterogeneo sotto molti aspetti: forma giuridica, profilo organizzativo ed economico, attività svolte, ecc. Per quanto riguarda l'attività, la rilevazione censuaria realizzata dall'ISTAT suddivide i soggetti in 12 diversi settori, che vanno dall'istruzione e ricerca, all'ambiente, alla cooperazione e solidarietà internazionale, ecc.

L'interesse in questa sede si concentra su quei soggetti che svolgono la loro attività in ambito culturale, settore in ogni caso assai diversificato al suo interno in quanto comprende musei e beni culturali, servizi, spettacolo dal vivo, ecc. I dati provenienti dalle statistiche ufficiali a disposizione, pur riguardando l'anno 1999, consentono di ottenere alcune indicazioni generali circa i soggetti piemontesi afferenti al settore "attività culturali e artistiche" e di realizzare confronti sul complesso delle istituzioni non profit censite in Piemonte, nonché di evidenziare la situazione piemontese all'interno del contesto nazionale.

Nel 1999 sono stati censiti in Piemonte ben 3.196 soggetti, fra associazioni – che rappresen-

³⁷ I Forum Permanenti del Terzo Settore, che riuniscono realtà del mondo del volontariato, dell'associazionismo, della cooperazione sociale, della solidarietà internazionale, della mutualità integrativa volontaria e delle fondazioni costituiscono una forma di coordinamento ufficiale a livello europeo. Su tutto il territorio nazionale esistono 16 forum regionali.

³⁸ L'indagine è stata curata dal prof. Giovanni Solimine (docente di Biblioteconomia presso l'Università della Tuscia) e dal dott. Sergio Conti.

³⁹ Nelle linee guida per la valutazione delle biblioteche pubbliche italiane prodotta dall'AIB nel 2000 veniva proposta una soglia minima pari a 100 nuovi acquisti ogni 1.000 abitanti e comunque non inferiore a 500 volumi. Prevedendo un prezzo medio di copertina di circa 25.000 lire si arriva a determinare un budget minimo di 12.500.000 di lire.

tano la più alta percentuale di soggetti quanto a forma giuridica – fondazioni, comitati, cooperative sociali e altre forme, nel comparto “attività culturali e artistiche”. Gli oltre 3.000 soggetti rappresentano il 17% del complesso delle istituzioni non profit censite in Piemonte, percentuale che si allinea alla situazione nazionale, in cui gli oltre 40.500 soggetti impegnati in attività artistiche e culturali costituiscono circa il 18% del complesso delle istituzioni non profit censite in Italia.

Rispetto al totale dei soggetti in Italia afferenti al comparto attività culturali e artistiche, quelli piemontesi rappresentano circa l'8%.

I soggetti operanti nel sub-settore “attività culturali e artistiche” rientrano nell'insieme più ampio definito in sede ISTAT “cultura, sport e ricreazione”. La percentuale dei soggetti piemontesi appartenenti a quest'ultimo insieme raggiunge il 63% rispetto al complesso dei soggetti non profit censiti in Piemonte: si tratta della medesima percentuale riscontrata a livello nazionale.

I dati relativi alle risorse occupazionali evidenziano come le oltre 300.000 unità fra dipendenti, collaboratori coordinati e continuativi e volontari rilevate nel comparto “attività culturali e artistiche” rappresentino il 14% del totale delle risorse umane impegnate nel settore non profit in Piemonte. Per ciò che concerne la tipologia dell'impiego, il volontariato è indubbiamente la forma maggiormente diffusa (i volontari risultano essere il 95% delle risorse), mentre dipendenti e coordinati e continuativi rappresentano rispettivamente il 3% e il 2%. Il peso del volontariato scende all'86% sulla composizione degli occupati relativamente a tutto il settore non profit in Piemonte, mentre i dipendenti rappresentano il 12% e i collaboratori coordinati e continuativi il 2%.

Il monitoraggio OCP del settore non profit in Piemonte per il 2000 ha riguardato 260 istituzioni. Si tratta per lo più di piccole strutture concentrate principalmente nella provincia di Torino (circa 60%), in quella di Cuneo (23%) e in quella di Alessandria (9%). L'incidenza minore nelle altre province è sicuramente influenzata dalla difficoltà di reperimento di informazioni.

La grande maggioranza dei soggetti (42%) è impegnata nei musei, beni culturali, paesaggistici e ambientali, mentre il 12% rientra nel settore delle arti visive. I centri di studio e ricerca rappresentano il 14% del totale dei rispondenti, cineforum e circoli cinematografici rappresentano il 9%, come pure le associazioni impegnate nel settore ambientale. Il restante 12% dei soggetti monitorati taglia trasversalmente diversi settori della cultura: dallo spettacolo all'arte, ai media, ecc. Se si considerano le attività svolte, si rileva come i diversi soggetti siano attivi su più fronti: spiccano tuttavia l'attività didattica (53%), l'organizzazione di conferenze (47%), l'organizzazione di mostre e l'attività editoriale (42%), a cui segue la gestione dei beni culturali (33%).

Per ciò che concerne le dimensioni economiche, dei 30 soggetti di cui si dispone delle informazioni relative al fatturato, le risorse ammontano a 5,4 miliardi di lire. Relativamente ai 260 soggetti osservati, si stima una cifra complessiva che va dai 20 ai 25 miliardi di lire, attribuibili in larga misura a soggetti operanti in ambito teatrale e musicale – alcuni dei quali già osservati nei paragrafi precedenti.

Esistono in Piemonte forme di coordinamento di soggetti operanti in ambito culturale. È il caso del Forum di Associazioni per la Cultura, con sede a Torino, che rappresenta una rete informale che riunisce oltre 100 associazioni culturali – comprendenti compagnie teatrali, festival cinematografici, centri studi storici, sociali, letterari ed enti culturali diversi – attive a Torino e nel territorio piemontese in diversi campi e del Forum per le Attività Culturali promosso dalla Provincia di Alessandria, comprendente 232 soggetti fra associazioni (circa 120), singoli operatori, musei e biblioteche attivi in molteplici settori: arti figurative, cinema, divulgazione scientifica, fotografia, letteratura, storia, tradizioni, spettacolo dal vivo.

Infine, riunisce organizzazioni aderenti più in generale al terzo settore, in cui sono pertanto compresi soggetti operanti in ambito culturale, il Forum Permanente del Terzo Settore del Piemonte³⁷.

⁴⁰ Il dato si riferisce all'aprile 2002.

⁴¹ Lo studio di sostenibilità è stato realizzato da un'Associazione Temporanea d'Impresa (ATI) costituita dalla REAG-Real Estate Advisory Group, dall'Area-Architetturaambiente e dalla CAIRE Urbani-stica.

⁴² Il progetto del nuovo centro culturale in “Spina 2” prevede oltre alla realizzazione della nuova sede della biblioteca civica centrale, anche la costruzione della sala teatrale dedicata alla prosa e alla musica, e delle sedi per gli istituti stranieri di cultura.

3.7 BIBLIOTECHE

Nel 2001 la Regione Piemonte ha realizzato un'indagine sul funzionamento delle biblioteche civiche sul territorio regionale. L'indagine³⁸, svolta su dati relativi all'anno 2000, ha analizzato circa 400 biblioteche di enti locali, di cui sono stati esaminati alcuni aspetti fondamentali quali il patrimonio posseduto, l'orario di apertura e il personale: l'amministrazione regionale prevede inoltre di realizzare un'ulteriore indagine relativa ai dati di output, ossia ai servizi, che consentirà di misurare anche l'efficacia delle istituzioni bibliotecarie piemontesi.

Lo studio ha sostanzialmente confermato la "fotografia" delle biblioteche piemontesi già emersa in occasione di precedenti indagini, e cioè un panorama composto da una miriade di microstrutture. Si tratta di strutture che, anche qualora dispongano di una discreta dotazione documentaria, hanno spesso difficoltà di funzionamento dovute soprattutto alla carenza di personale.

Si tenga presente che in Piemonte vi sono oltre 1.200 comuni, di cui solo 61 superano i 10.000 abitanti, su un totale in Italia di poco più di 8.100 comuni. Dei circa 400 comuni presi in esame, oltre 300 hanno una popolazione inferiore ai 10.000 abitanti e dei 45 che superano tale soglia demografica ben 29 sono in provincia di Torino. Oltre a ciò, numerosissimi comuni hanno meno di 2.000 abitanti.

La spesa dei comuni considerati risulta in media al di sotto della soglia minima prevista dagli standard AIB³⁹. La debolezza delle biblioteche dei piccoli centri si riscontra anche per ciò che concerne l'orario di apertura e la presenza di personale qualificato: la maggior parte delle biblioteche assicura un servizio al pubblico di poche ore settimanali, che riesce a fornire soprattutto grazie all'impiego di volontari e di obiettori di coscienza.

In questo contesto si inserisce la politica di sostegno della Regione Piemonte per la formazione e l'aggiornamento dei bibliotecari: nella stagione formativa 2001-2002 la regione ha attivato oltre 1.400 ore-corso.

Il rafforzamento della politica di cooperazione sul territorio, fra gli enti coinvolti nelle politiche legate allo sviluppo dei servizi bibliotecari, costituisce un elemento di grande importanza per migliorare i servizi stessi.

In merito alla cooperazione, si evidenzia come in Piemonte operi uno dei poli più attivi del Servizio Bibliotecario Nazionale (SBN), la rete delle biblioteche che concorrono a costituire il Catalogo Unico Nazionale e a erogare servizi bibliografici e di circolazione dei documenti. Il sistema cooperativo non solo assicura un'unica descrizione del materiale librario per tutte le biblioteche, ma garantisce anche, in tempo reale, la distribuzione dell'informazione sulla localizzazione dei documenti e sulla loro disponibilità. Il catalogo condiviso del polo regionale SBN, "Librinlinea" (www.regione.piemonte.it/opac/) contiene più di 1.400.000 titoli⁴⁰, con un incremento mensile di oltre 20.000 notizie catalografiche.

Esso offre un servizio di informazione bibliografica e prestito, rendendo visibili i cataloghi di oltre 300 biblioteche, con un centinaio di esse che alimenta costantemente catalogo: si tratta di 28 biblioteche di enti locali, di 31 universitarie, di cinque statali, 35 biblioteche di istituti culturali di particolare rilievo e di 12 ecclesiastiche.

Proprio le biblioteche ecclesiastiche e di scienze religiose sono state poste tra gli obiettivi prioritari della programmazione regionale grazie all'accordo di programma quadro in materia di beni culturali firmato dalla Regione Piemonte e dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali nel maggio 2001. In Piemonte ne sono note più di 80, appartenenti a istituzioni ecclesiastiche, a ordini religiosi e a confessioni anche diverse da quella cattolica. Il loro patrimonio è ricco e articolato in una pluralità di specializzazioni e tematiche: accanto a raccolte più propriamente religiose, con testi databili tra il V e il XXI secolo, sono presenti testi scientifici e umanistici anche di natura scolastica, di istituzioni che hanno svolto o ancora svolgono un'attività nel campo dell'educazione superiore.

Questo prezioso patrimonio relativo alle scienze bibliche e teologiche, alla storia ecclesiastica e delle religioni, alla filosofia e alla storia locale rappresenta un bene di inestimabile valore

che si è ritenuto opportuno riorganizzare, catalogare, conservare e valorizzare nel suo complesso. A partire dalla metà del 2001 è stato dato maggior impulso agli interventi di tutela e conservazione del patrimonio antico e raro; all'allestimento e recupero di edifici; alla catalogazione del patrimonio bibliografico nel Servizio Bibliotecario Nazionale.

Un altro importante lavoro di rilevazione e analisi dei dati sulle biblioteche è stato compiuto nell'ambito dello studio di sostenibilità tecnico-territoriale, economica, finanziaria e amministrativo-istituzionale-gestionale inerente lo sviluppo del Sistema bibliotecario metropolitano. Tale studio⁴¹ ha analizzato il bacino dell'area metropolitana torinese, costituita da 76 biblioteche civiche e dal sistema bibliotecario urbano di Torino, che consta della Biblioteca civica centrale e di 19 sedi decentrate. Il bacino di utenza è di oltre 1,7 milioni di abitanti (di cui circa 138.000 tra i 5 e i 15 anni, circa 197.000 tra i 15 e i 25 anni, 983.000 tra i 25 e i 60 anni e quasi 400.000 oltre i 60 anni). Vengono effettuati all'interno di tali biblioteche oltre 797.000 prestiti annui, di cui 1.100 interbibliotecari, mentre gli iscritti al prestito sono saliti nel 2000 a 229.004, contro i 94.647 del 1999.

Lo studio di fattibilità sui cambiamenti che, nell'insieme dei servizi bibliotecari dell'area metropolitana, si creerebbero in seguito alla costruzione da parte del Comune di Torino di una nuova Biblioteca civica⁴² ha consentito di mettere in luce caratteristiche ed esigenze del bacino d'utenza di riferimento, di cui occorrerà tener conto nella pianificazione delle attività future.

In rapporto costante con la propria utenza, molte biblioteche civiche hanno aperto settori multimediali, promosso un uso consapevole di Internet e offerto opportunità di approccio alla lettura a diverse tipologie di utenti. Queste stesse biblioteche hanno chiesto di dare maggiore visibilità alle loro attività, mentre le biblioteche universitarie e quelle speciali cercano nuove forme di collaborazione, a beneficio di un'utenza che spesso coincide.

Tra gli obiettivi regionali individuati per rafforzare il sistema delle biblioteche figurano una tessera valida per tutte le biblioteche civiche dell'area metropolitana torinese, il potenziamento del Servizio Bibliotecario Nazionale e dei servizi telematici, i contratti collettivi per l'utilizzo delle risorse elettroniche, il miglioramento e il controllo degli accessi da parte degli utenti in rete.

OSSERVAZIONI CONCLUSIVE

Nel 2001 il Sistema Museale Metropolitano si assesta attorno a 1.800.000 visitatori, su livelli analoghi a quelli dell'anno precedente. Si tratta di una stabilizzazione verso l'alto dei visitatori, sulle soglie più elevate mai raggiunte dal dopoguerra ad oggi, la cui importanza è sottolineata dal fatto che, dopo anni caratterizzati da eventi eccezionali (1998 e 2000 Ostensione della Sindone, 1999 la grande mostra sul barocco, 2000 apertura del Museo del Cinema), il 2001 si caratterizza come un anno "quasi" normale. Quasi tra virgolette, perché un evento eccezionale – e in negativo – ha fatto sentire i suoi effetti: l'attentato terroristico alle Twin Towers di New York, seguito dagli eventi bellici, si è tradotto in una contrazione delle visite ai musei e beni culturali, indicati anche come possibili obiettivi di altri attacchi. La contrazione delle visite causata dal clima d'incertezza si stima attorno alle 100.000 unità.

Il brusco impatto negativo sulle visite, determinato da un "effetto Twin Towers", non muta tuttavia in termini sostanziali il giudizio sull'andamento dell'anno: sembra consolidarsi il numero delle visite al Sistema Museale Metropolitano poco al di sotto dei 2.000.000 di visitatori, in pratica quasi un raddoppio rispetto al 1995. Molto è dovuto alla politica espositiva che negli ultimi anni ha contribuito ad un allargamento del pubblico e degli utenti dei musei. Dinamica peraltro condivisa a livello nazionale e rilevata dall'ISTAT nel suo Rapporto 2001, dove si sostiene che " [...] sono le visite a musei e mostre che hanno registrato in cinque anni l'incremento più forte (dal 24,8% al 28,6%)¹ guadagnando due posizioni e diventando quindi l'intrattenimento più diffuso dopo il cinema²". La forte crescita del Sistema Museale Metropolitano negli ultimi anni sembra cedere ora il passo ad una stabilizzazione, come se si fosse raggiunta una nuova soglia, per superare la quale occorrono nuove energie e nuove risorse. D'altro canto non sono esauriti gli effetti della lunga stagione di investimenti sui beni culturali: Palazzo Madama ha riaperto il suo scalone e la sala del Voltone, restituendo alla cittadinanza una visita parziale a titolo gratuito che ha interessato più di 300.000 visitatori in sei mesi, oltre a mettere a disposizione uno spazio espositivo nel cuore della città. Tuttavia si deve ancora attendere l'apertura del Museo d'Arte Antica. Il previsto trasferimento della Galleria Sabauda si tradurrà, in futuro, in un potenziamento della Pinacoteca e in maggiori opportunità d'espansione e rafforzamento del Museo Egizio. Forse proprio dalla quantità di opere, progetti e lavori in corso sul patrimonio museale e sulle Residenze Sabaude emergono possibilità di far crescere l'interesse e l'informazione sui musei e sul patrimonio culturale, prima ancora di godere degli effetti reali degli investimenti, a partire dall'informazione sui cantieri, dalla gradualità delle riaperture che possono rinnovare interessi e intenzioni di visita. La riapertura parziale di Palazzo Madama è un esempio in questa direzione. Forse un portale dei musei e dei beni culturali, non solo virtuale ma reale, che esponga le iniziative, gli eventi speciali, che faccia da vetrina alle mostre ed ai cantieri, potrebbe rappresentare un ulteriore legame tra beni, musei e cittadini, legame che si va facendo sempre più stretto anche grazie al forte incremento delle vendite delle diverse tessere d'ingresso come Carta Musei e Abbonamento Musei.

Se è lecito chiedersi come rinnovare motivi d'interesse che portino il Sistema Museale Metropolitano a superare la storica soglia dei 2.000.000 di visitatori, si deve rilevare come nel resto del Piemonte si assista ad una crescita di visitatori superiore al 5% rispetto al 2000. È un dato significativo, di diffusione dell'attenzione per beni culturali e musei sul territorio che consegue da una politica di investimenti sia sulle strutture edilizie sia sulle diverse iniziative legate alla fruizione, ad esempio attraverso la programmazione di un'attività espositiva variegata e articolata sull'intero territorio regionale. Ciò permette, inoltre, di differenziare l'offerta culturale secondo direttrici che consentano di connotare luoghi e territori anche in ragione delle loro attività e proposte culturali, ottenendo una visibilità e una riconoscibilità che si traducono in potenziamento della capacità di attrazione. La presenza della città di Torino nei circuiti dell'arte contemporanea con una gamma di offerte che vanno dagli spazi museali alla

¹ Le percentuali indicano la quota di popolazione al di sopra dei sei anni che ha visitato almeno un museo o una mostra.

² Istituto Nazionale di Statistica, *Rapporto annuale. La situazione del Paese nel 2001*. Roma: ISTAT, 2002, p. 217.

programmazione di mostre coordinate tra diverse istituzioni, alla realizzazione di installazioni a carattere urbano come “Luci d’artista” o delle opere previste in occasione per il passante ferroviario, fino alla proposizione di saloni e fiere d’eccellenza come “Artissima”, contribuisce ad una collocazione importante nelle geografie culturali nazionali e internazionali per un ben preciso target di pubblico. Una quota consistente dell’identità multipla e complessa di Torino si gioca sull’arte contemporanea, non certo in contraddizione con il barocco, ma in una integrazione e integrazione che rappresenta una risorsa strategica per affermare un ruolo di città di cultura.

Il sistema dei rapporti tra identità territoriale, offerta culturale e politiche di differenziazione e sostegno della domanda ci pare rappresentare il nodo cruciale da dipanare per costruire un posizionamento forte del Piemonte e della città di Torino nella geografia culturale nazionale e internazionale, e dunque non è un caso che questo taglio attraverso le osservazioni conclusive. Ciò significa porre l’attenzione sull’organizzazione dell’offerta, sulla messa in sintonia con le diverse domande, sulle strategie di valorizzazione di investimenti e risorse che paiono già oggi assai consistenti: l’articolazione dell’identità anche attraverso le proposte culturali, la valorizzazione di beni e musei non sono temi proponibili solo per la città di Torino ma possono divenire una delle chiavi di promozione dei territori extrametropolitani. Ancorare l’identità dei diversi territori regionali ai propri musei, ai beni ed alle attività culturali è operazione strategica e di grande rilevanza in un momento in cui proprio il successo e la notorietà di alcuni territori tende a porre in secondo piano i legami anche culturali delle diverse zone del Piemonte tra di loro e con Torino. Langhe e Monferrato non possono rischiare di essere lette e percepite dai turisti nazionali ed esteri esclusivamente come isole d’eccellenza dell’enogastronomia, galleggianti in una geografia virtuale. Pur nella loro specificità, dovranno continuare ad essere uno dei territori del Piemonte, ricco di legami letterari, culturali, economici e sociali con il resto della regione e con Torino, un nodo ineliminabile dell’immaginario regionale. In questa direzione la valorizzazione di beni e musei e la programmazione di attività culturali risultano fondamentali per rafforzare un’offerta già su livelli d’eccellenza per ciò che riguarda il turismo enogastronomico, mostrando le radici profonde che attraversano paesaggio, cultura della vita quotidiana, storia e reti di relazioni con il resto della regione, articolando e arricchendo simultaneamente sia l’immagine locale sia quella regionale.

Allo stesso modo le montagne delle Olimpiadi dovranno riuscire ad intrecciare relazioni con l’intero arco alpino e con il resto della regione, nella scommessa che sia possibile costruire un’identità comune forte e, allo stesso tempo, un’identità relazionale, capace di tener insieme i diversi territori e le loro ricchezze nella costruzione di un’identità del Piemonte complessa e all’altezza delle risorse offerte.

In questo quadro la rete dei musei e dei beni culturali gioca un ruolo fondamentale e insostituibile, non certo misurabile esclusivamente in termini di visitatori e biglietti d’ingresso, nel mantenere e riannodare i fili culturali delle relazioni territoriali.

Altrettanto strategico in questa direzione è il ruolo che possono assumere le altre attività culturali e lo spettacolo dal vivo. Il radicarsi dei circuiti dello spettacolo e il potenziamento dei festival sul territorio regionale rappresentano obiettivi di grande importanza. Proprio un rapporto più incisivo con il territorio potrebbe divenire una delle chiavi per rompere una situazione consolidata, che appare stagnante sul versante della domanda del pubblico e dei consumi.

In questa ipotesi non si tratterebbe soltanto di decentrare, di diffondere maggiormente l’offerta sul territorio regionale, ma di usare lo spettacolo e i suoi generi specifici per connotare luoghi, paesi, territori della regione: utilizzare l’offerta culturale per differenziare e contemporaneamente per tener insieme le complementarietà, per fornire un “collante” culturale identitario.

Accanto a Stresa, per ciò che concerne la musica classica, a Vignale, per la danza, potrebbero essere pensate altre “capitali” per altri generi, che non riproducano una generica offerta culturale, ma mettano in campo un’occasione di attrazione, di conoscenza e di riconoscimento all’interno di un’offerta reticolare e differenziata, che rappresentino nodi significativi di possibili itinerari altrimenti poco riconoscibili.

Non si tratta di pensare ad un uso solo strumentale delle attività culturali e dello spettacolo dal vivo, come propulsori di dinamiche di sviluppo locale, ma di cogliere alcune opportunità e probabilmente alcune domande poco riconosciute, ma intuibili a partire dai fermenti raccolti e finalizzati all'interno dell'attività di alcune associazioni culturali. In questo quadro occorre riflettere su come avviare uno sforzo progettuale e di ripensamento dei rapporti con i diversi territori regionali che veda coinvolte le istituzioni di spettacolo più strutturate e consolidate, a partire dal Teatro Regio e dal Teatro Stabile che già operano attraverso i circuiti sull'intero territorio regionale. Ciò che qui si ipotizza è un riesame profondo dei paradigmi con cui si guarda al territorio nella programmazione delle attività culturali: né spazio geometrico che propone esclusivamente un problema di riequilibrio e redistribuzione dell'offerta, da avvicinare ai potenziali utenti, né scenografia, sfondo, fondale pittoresco in grado di aggiungere fascino ad una rappresentazione. Si ipotizza qui il tema della cura del *genius loci*, dell'attività culturale e di spettacolo come aiuto alla riflessione sul luogo e come strumento per il recupero, per la manutenzione, per la costruzione della sua identità. Un'attività culturale che usi il territorio e il luogo come matrice e materiale strutturale della rappresentazione, come nucleo irriducibile di identità e alterità, non è, peraltro, una proposta che si possa avanzare sulla scorta di report statistici e analisi sull'economia della cultura, né tocca ad un Osservatorio entrare nel merito dei contenuti culturali: se si cita qui questa direttrice è perché essa è già da diversi anni terreno di lavoro di alcune compagnie teatrali (ad esempio Assemblea Teatro) o di associazioni culturali, attive a livello sia locale sia sovra-locale, ed è perché appare congruente con l'evoluzione di una domanda di cultura e di spettacolo non facilmente catturabile altrimenti, non rimpiazzabile da altri tipi di offerta. È una domanda di cultura che può tramutarsi in una risorsa per il territorio, e contemporaneamente contribuire ad allargare la fruizione dello spettacolo dal vivo e delle attività culturali. Per questo diviene necessario approfondire se effettivamente sia possibile allacciare alleanze virtuose tra esigenze identitarie dei territori e nuove domande culturali, anche alla luce della trasformazioni legate alle tecnologie della comunicazione.

Comprendere la nuova domanda di cultura e di attività culturali nell'epoca dei nuovi media e della rete appare oggi di fondamentale importanza per capire verso quali evoluzioni, verso quali dimensioni ci si debba indirizzare.

Sempre l'ISTAT rileva come "In particolare tali cambiamenti hanno riguardato il campo della cultura sul piano della produzione, della distribuzione e della domanda. [...] Elemento centrale di queste trasformazioni è l'irruzione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione su tutti i piani della fruizione culturale.

Nel dibattito sono ancora presenti posizioni antitetiche sulla legittimità dell'inclusione del computer e di Internet nel dominio 'alto' della cultura, tuttavia è innegabile l'impatto che le ICT (Information and Communication Technology) hanno sulle strategie individuali con cui ci si rapporta all'offerta di cultura.

La struttura 'punto a punto' della rete mette progressivamente in crisi l'idea che i fenomeni culturali abbiano un solo o pochi individuali centri di propulsione che, simultaneamente, trasmettono lo stesso messaggio standardizzato. Inoltre, l'interfaccia della rete è così potente che si assiste alla progressiva crescita di forme di fruizione culturale non socializzate di consumi collettivi, quali le visite ai musei, gli spettacoli, i concerti, il cinema"³.

Dunque una riflessione sui pubblici di attività culturali, spettacolo e festival, in direzione di un allargamento dei livelli di consumo, anche attraverso un consolidamento di politiche di sistema, difficilmente potrà prescindere in futuro dal riferirsi ad una domanda territorialmente connotata, da un lato, e alle modificazioni indotte dai nuovi media, dall'altro.

Non solo i comportamenti di fruizione culturale individuali e collettivi appaiono soggetti a trasformazione, grazie all'impatto delle nuove tecnologie, ma le filiere di produzione culturale appaiono caratterizzate da forti dinamiche di ristrutturazione. In primo luogo, la produzione audiovisiva, in crescita dimensionale, per ciò che concerne sia i fatturati sia gli addetti, mostra un dinamismo fortemente intrecciato ai mercati aperti dalle nuove tecnologie, all'in-

³ Istituto Nazionale di Statistica, *Rapporto annuale*, cit., p. 194.

terazione tra vecchi e nuovi media, ad una convergenza digitale delle diverse forme espressive che appare sempre meno orizzonte di riferimento e sempre più pratica concreta, mercato di riferimento attuale. Il termine multimedialità cessa, per la maggior parte delle aziende, di rappresentare una possibile frontiera produttiva e diviene paradigma costante della propria attività. Anche nell'editoria, in crescita ad un tasso lievemente superiore rispetto ai livelli nazionali, a fianco del prodotto più antico e tradizionale compaiono le nuove tecnologie sia sotto forma di prodotti, sia sotto forma di canali di vendita e di comunicazione con gli utenti, sia ancora come insieme di servizi on line che integrano, accompagnano, aggiornano il libro mescolando antiche e nuove tradizioni.

Nella relazione di quest'anno si è cercato di dar conto di queste trasformazioni ancora percepite, tuttavia, come evoluzione di generi e classificazioni "tradizionali": in realtà le dinamiche appaiono più veloci di quanto non cambino le definizioni statistiche e i paradigmi attraverso cui vengono valutate le attività culturali. Una quota ormai considerevole di comportamenti, prodotti, fruizioni culturali tralascia dai canali, dai luoghi e dai generi tradizionali per investire i nuovi media e i sistemi di comunicazione, rendendo incerte le frontiere, difficili le categorizzazioni, poco difendibili i compartimenti stagni tra le diverse attività. Ma un dato emerge sopra tutto, un fenomeno che richiede uno sforzo ancora maggiore in termini di ricerca e conoscenza: i nuovi media non sostituiscono, non uccidono i "vecchi" prodotti culturali, né rimpiazzano le visite reali ai musei o la presenza ai concerti. Piuttosto modificano le modalità di fruizione della cultura, cambiano le abitudini percettive, trasformano i paradigmi esistenti, propongono nuove alleanze e contaminazioni, mutano le attese e i linguaggi, ristrutturano i tempi e gli orari di fruizione. E in questa rivoluzione non distruttiva, ma che altera sensibilmente tutti i contesti della produzione, della distribuzione e della fruizione culturale, si liberano risorse e opportunità che divengono riconoscibili e individuabili solo a patto di mutare parallelamente gli occhiali con cui si guarda alla cultura. Il nuovo è sotto i nostri occhi, riuscire a vederlo è la sfida che si propone, soprattutto ad un Osservatorio.

LUCA DAL POZZOLO

BIBLIOGRAFIA¹

Fonti statistiche

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Annuario statistico italiano 2001*. Roma: ISTAT, 2001.

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 2000*. Torino: IRES Piemonte, 2001.

UNIONE CAMERE COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO AGRICOLTURA DEL PIEMONTE, *Piemonte in cifre 2001*. Torino: Unioncamere Piemonte, 2001.

REGIONE PIEMONTE - OSSERVATORIO SUL MERCATO DEL LAVORO, *Il mercato del lavoro in Piemonte nel 2000*. Torino: Regione Piemonte, 2001.

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

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

Sfruttamento e sviluppo del potenziale occupazionale nel settore culturale nell'era della digitalizzazione. Sintesi. Bruxelles: Commissione Europea, DG Occupazione e Affari Sociali, 2001.

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Cultura, socialità e tempo libero. Indagine multiscopo sulle famiglie "Aspetti della vita quotidiana" Anno 1999*. Roma: ISTAT, 2000.

CENSIS/UCSI, *Rapporto CENSIS/UCSI sulla comunicazione in Italia. Linee guida per la seconda annualità del progetto. Gli Italiani e l'uso dei media: cinque gruppi e undici tribù*. Roma: CENSIS, 2002. (<http://www.censis.it/censis/ricerche/2002/ucsi/index.html>)

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, *Statistiche culturali. Anno 1997*. Roma: ISTAT, 1999.
- MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI - UFFICIO DI STATISTICA, *Statistiche culturali. Anno 1999*. Roma: Ministero per i Beni e le Attività Culturali, 2001.
(<http://www.sistan.beniculturali.it/Statistiche%20Culturali.pdf>)
- MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI - DIPARTIMENTO DELLO SPETTACOLO - OSSERVATORIO DELLO SPETTACOLO, *Relazione sulla utilizzazione del Fondo Unico dello Spettacolo 2000*. Roma: Ministero per i Beni e le Attività Culturali, 2001.
- SOCIETÀ ITALIANA AUTORI EDITORI, *Il quaderno dello spettacolo in Italia. Statistiche 1999*. Roma: SIAE, 2000.
- MEDIA SALLES, *Annuario statistico del cinema europeo 2001*. Milano: Media Salles, 2001.
- OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE, *Relazione annuale 2000*. Torino: IRES Piemonte, 2001.
- OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE, *Relazione annuale 1999*. Torino: IRES Piemonte, 2000.
- OSSERVATORIO CULTURALE DEL PIEMONTE, *Relazione annuale 1998*. Torino: IRES Piemonte, 1999.
- STATISTIK AUSTRIA, *Kulturstatistik 1999*. Wien: Statistik Austria, 2001.
- MINISTÈRE DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE DE BELGIQUE, *Bilan de la culture edition 2001. Budgets culturels en Belgique (1995-2000). Etude des flux financiers de la Communauté française Wallonie-Bruxelles pour la culture (1997)*. Bruxelles : Ministère de la Communauté Française de Belgique, 2001.
- NATIONAL BOARD FOR ANTIQUITIES, *Museums in Finland 2000. Statistics*. Helsinki: National Board for Antiquities, 2001.
(<http://www.nba.fi/DEVELOP/MUSEUMS/museumstatis00.htm#Personnel>)
- MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION - DÉPARTEMENT DES ETUDES ET DE LA PROSPECTIVE, *Chiffres clés 2000. Statistiques de la culture*, a cura di Janine Cardona e Chantal Lacroix. Paris: La documentation française, 2001.
- MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION - DÉPARTEMENT DES ETUDES ET DE LA PROSPECTIVE, *Chiffres clés 2001. Statistiques de la culture*, a cura di Janine Cardona e Chantal Lacroix. Paris: La documentation française, 2002.
- INSTITUT FÜR MUSEUMSKUNDE, *Statistische Gesamterhebung aus den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1999*. Berlin: Institut für Museumskunde, 2000.
- DEUTSCHER BÜHNENVEREIN, *Theaterstatistik 1999/2000*. Köln: Deutscher Bühnenverein, 2001.
- STATISTISK SENTRALBYRÅ, *Kulturstatistikk 2000*. Oslo-Kongsvinger: Statistisk sentralbyrå, 2002.
- INSTITUT DE CULTURA DA BARCELONA, *Memòria 2000*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona - Institut de Cultura, 2001.

STATENS KULTURRÅD, *Cultural statistics 2000*. Stockholm: Statens kulturråd, 2000.

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

Rapporti e studi

ASSOCIAZIONE DELLE FONDAZIONI CASSE DI RISPARMIO PIEMONTESE, *Dieci anni per il Piemonte*. Torino: Associazione delle Fondazioni Casse di Risparmio Piemontesi, 2002.

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

ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI, *Catalogo degli editori italiani 2001*. Milano: Editrice Bibliografica, 2000.

ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI, *Il mercato librario italiano. Rapporto 2001*. Milano: AIE, 2001. (<http://www.aie.it/Allegati/Mercato/Il%20mercato%20librario%20italiano%20-%20Rapporto%202001.PDF>)

ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI, *Report on Publishing in Italy 2001*, supplemento al "Giornale della Libreria", n. 10, 2001.

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

ASSOCIAZIONE NAZIONALE DELL'EDITORIA ELETTRONICA, *L'economia digitale in Italia 1999-2000*. Milano: Guerini Studio, 2000.

ASSOCIAZIONE TEATRALE EMILIA ROMAGNA - OSSERVATORIO PERMANENTE SULL'ECONOMIA DELLA CULTURA IN EMILIA ROMAGNA/SPETTACOLO, *Indagine sul pubblico dei festival dell'Emilia Romagna*. Modena: ATER, 1999.

BRODESCO A., *Multiplexes and Cultural Programming. Outline for a Case Study* (http://www.mediasalles.it/crl_brodesco.htm)

BUSH D., *Cinecittà Digital*, in "Cinecittà. Trimestrale di cultura, informazione ed economia del cinema", anno II, n. 6, ottobre-dicembre 2001, pp. 143-146.

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

CITTÀ DI TORINO, REGIONE PIEMONTE, *Musica in Piemonte 2001*. Torino: Sonda, 2001.

COMPAGNIA DI SAN PAOLO, *Rapporto 2000*. Torino: Compagnia di San Paolo, 2001.

L'EAU VIVE, COMITATO GIORGIO ROTA, *La mappa del mutamento. 2001. Secondo rapporto annuale sulla Grande Torino*. Milano: Guerini e Associati, 2001.

FILIPPI L., *I numeri dello spettacolo*, in "Giornale dello Spettacolo", n. 34, 16 novembre 2001, p. 1.

FONDAZIONE CRT CASSA DI RISPARMIO DI TORINO, *Bilancio 1999-2000*. Torino: Fondazione CRT, 2001.

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

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.

NOMISMA, *Lo spettacolo dal vivo in Emilia Romagna*. Bologna: Nomisma, 1995.

NOMISMA, *Primo Rapporto Nomisma sull'applicazione della Legge Ronchey, 2000*. (<<http://www.museoscienza.org/musei-it/nomisma/PrimoRapportoLeggeRonchey.htm>>)

L'Oscar del pubblico al Gladiatore e a Guerre Stellari. La classifica internazionale del Giornale dell'Arte delle mostre più viste del 2001, in "Il Giornale dell'Arte", n. 207, febbraio 2002, pp. 22-26.

PERESSON G., *Le cifre dell'editoria 2000*. Milano: Guerini e Associati, 2000.

PROFITA G., *L'industria audiovisiva italiana ed europea alle soglie della rivoluzione digitale*. Milano: Franco Angeli, 2001.

SELWOOD S. (a cura di), *The UK Cultural Sector. Profile and Policy Issues*. London: Policy Studies Institute, 2001.

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 2001. Roma: Advertising Editing & Promotion, 2001.

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>>
AEDON - RIVISTA DI ARTI E DIRITTO ON LINE: <<http://www.aedon.mulino.it>>
ANTENNA MEDIA TORINO: <<http://www.antennamedia.to.it>>
ASSOCIAZIONE DIMORE STORICHE ITALIANE: <<http://www.uehha.org/it/news3it.htm>>
ASSOCIAZIONE FERT: <<http://www.arpnet.it/fert>>
ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI: <<http://www.aie.it>>
ASSOCIAZIONE ITALIANA FILM D'ANIMAZIONE: <<http://www.asifaitalia.org>>
ASSOCIAZIONE DEI SERVIZI E DEI CONTENUTI MULTIMEDIALI: <<http://www.aneet.it>>
BROADCAST PRODUCTION: <<http://www.broadcasting.it>>
CSP - CENTRO DI ECCELLENZA PER LA RICERCA, SVILUPPO E SPERIMENTAZIONE DI
TECNOLOGIE AVANZATE INFORMATICHE E TELEMATICHE: <<http://www.csp.it>>
EXIBART: <<http://www.exibart.com>>
FAI - FONDO PER L'AMBIENTE ITALIANO: <<http://www.fondoambiente.it>>
INFORMAZIONI EDITORIALI: <<http://www.ie-online.it>>
ITP - INVESTIMENTI A TORINO E IN PIEMONTE: <<http://www.itp-agency.org>>
KWART - RIVISTA ON LINE DI ARTE E CULTURA DI KATAWEB:
<<http://www.kwart.kataweb.it/kwart/ita/index.jsp>>
MEDIA SALLES: <<http://www.mediasalles.it>>
NEW MEDIA CENTERS: <www.newmediacenters.org>
IL SOLE 24 ORE ON LINE - ARTE E SPETTACOLO:
<<http://www.ilsole24ore.com/sez.jhtml?id=5002>>
SOCIETÀ ITALIANA DEGLI AUTORI ED EDITORI: <http://www.siae.it/>