

EVENTI CULTURALI E SVILUPPO ECONOMICO LOCALE

**Dalla valutazione d'impatto
alle implicazioni di policy
in alcune esperienze
umbre**

**a cura di
Bruno Bracalente
Luca Ferrucci**



*Documenti e ricerche
International Center
for Art Economics*

FrancoAngeli

ECONOMIA E MANAGEMENT DELLA CULTURA E DELLE ARTI – ICARE

Collana diretta da Gianfranco Mossetto
e coordinata da Marilena Vecco

La collana “Economia e management della cultura e delle arti” nasce da un’iniziativa di ICARE – International Center for Art Economics – dell’Università Ca’ Foscari di Venezia. Essa vuol essere un’adeguata risposta, un utile strumento didattico e di approfondimento di un nuovo settore di studio e di ricerca, che si propone di indagare i meccanismi materiali della produzione, distribuzione e consumo delle attività e dei beni artistici e culturali.

L’obiettivo è quello di contribuire alla formazione di un nuovo profilo professionale emergente, il *cultural manager*, caratterizzato non più soltanto da competenze storico-artistiche, ma anche economico-gestionali.

Nella collana si presterà attenzione alla didattica propriamente intesa (sezione Strumenti), rappresentata da testi di inquadramento generale, all’analisi di casi concreti (sezione Casi studio), una sorta di “verifica sul campo” della teoria, e a studi dedicati ad approfondire determinati aspetti e tematiche (sezione Documenti e ricerche).

Tutti i testi sono stati sottoposti a referaggio del comitato scientifico internazionale di collana.

- Gianfranco Mossetto, Marilena Vecco (a cura di), *Economia del patrimonio monumentale* (luglio 2001)
- Andrea Moretti (a cura di), *Strategia e marketing delle organizzazioni culturali* (ottobre 2001)
- Marilena Vecco, *La Biennale di Venezia. Documenta di Kassel. Esposizione, vendita, pubblicizzazione dell'arte contemporanea* (dicembre 2001)
- Annalisa Cicerchia, *Il bellissimo vecchio* (giugno 2002)
- Stefania Funari, Paolo Bortot, Daniela Favaretto, *Appunti di EXCEL per applicazioni matematiche* (settembre 2002)
- Gianfranco Mossetto, Marilena Vecco (a cura di), *The Economics of Art Auctions* (novembre 2002)
- Massimiliano Mazzanti, *Metodi e strumenti di analisi per la valutazione economica del patrimonio culturale* (giugno 2003)
- Xavier Greffe, *La gestione del patrimonio culturale* (settembre 2003)
- Gianfranco Mossetto, Marilena Vecco (a cura di), *The Economics of Copying and Counterfeiting* (gennaio 2004)
- Roberto Grandinetti, Andrea Moretti (2004), *Evoluzione manageriale delle organizzazioni artistico-culturali* (giugno 2004)
- Maria Luisa Ciminelli (a cura di), *La negoziazione delle appartenenze: arte, identità e proprietà culturale nel terzo e quarto mondo* (settembre 2006)
- Marilena Vecco, *L'evoluzione del concetto di patrimonio culturale* (ottobre 2007)
- Marilena Vecco, *Sguardi incrociati sul patrimonio culturale: Francia-Italia. Politiche e strumenti per la valorizzazione del patrimonio culturale* (aprile 2009)
- Bruno Bracalente, Luca Ferrucci, *Eventi culturali e sviluppo economico locale. Dalla valutazione d'impatto alle implicazioni di policy in alcune esperienze umbre* (giugno 2009)

ICARE – *International Center for Art Economics* – è stato istituito a Venezia nel 1991 dall’Università Ca’ Foscari e dall’Istituto Universitario di Architettura di Venezia (IUAV).

Il Centro è attivo da dieci anni in collaborazione con eminenti economisti esperti del settore, tra cui William Baumol, Bruno Frey, Dick Netzer, Alan Peacock, Robert Tollison, David Throsby e molti altri. L’attuale Presidente del *Board* è Gianfranco Mossetto, docente di Scienza delle finanze e di Economia della cultura all’Università Ca’ Foscari di Venezia.

Inoltre, ICARE è stato impegnato nella fase di avviamento del primo Corso di Diploma in Economia e Gestione delle Arti e delle Attività Culturali (EGART), attivato presso l’Università Ca’ Foscari nell’ottobre del 1999, ora divenuto corso di laurea triennale di primo livello.

Icare funge altresì da centro di documentazione e ha organizzato una serie di seminari, di *workshop* e di sessioni di *tuition* per studiosi di vario livello provenienti da paesi di tutto il mondo.

Il Centro ha concentrato le proprie attività di ricerca in settori quali l’analisi e la regolamentazione del mercato dell’arte, unitamente allo studio dei principi di funzionamento delle organizzazioni e dei comportamenti culturali, in particolare, nei seguenti ambiti:

- i musei e la loro organizzazione,
- la gestione e il finanziamento dei teatri lirici,
- i mercati delle arti visive,
- le mostre temporanee ed i festival del cinema (La Biennale di Venezia ed altri),
- il riutilizzo e la ristrutturazione del patrimonio ecclesiastico,
- la gestione dei flussi di visitatori nelle città d’arte,
- il riutilizzo di siti storici e militari.

Sono stati stipulati accordi di cooperazione scientifica con diverse istituzioni e organismi di ricerca:

- Consiglio Nazionale delle Ricerche - Unesco: *Economia e gestione delle città d’arte*;
- George Mason Centre for Public Choice, George Mason University, Fairfax, Virginia, USA: *Analisi dei gusti musicali negli USA* (creazione di una banca dati sui prezzi d’asta nelle arti visive);
- New York University: *Impatto della cultura sullo sviluppo urbano* e workshop estivi per giovani studiosi;
- LES – Laboratoire d’Economie Sociale, Université de Paris 1 – Pantheon, Sorbonne: *Mercati delle arti visive*;
- Ministero del Turismo e dello Spettacolo;
- Comune di Venezia;
- Telecom Italia.

ICARE organizza direttamente, o in collaborazione con altri enti ed associazioni, periodicamente, seminari e convegni:

- *Arte ed economia: anatomia di un nuovo potere* (maggio 1991),
- *Istituzioni e beni culturali* (febbraio 1992),
- *Il valore dei beni culturali* (dicembre 1992),
- *L'economia della musica* (giugno 1993),
- *I musei: comportamento e gestione economica* (Corso estivo 1993),
- *L'economia delle città d'arte* (Corso estivo 1994),
- *L'economia dei diritti di proprietà intellettuale* (ottobre 1994),
- *Economia dell'arte* (Workshop estivo 1995),
- *Il settore culturale tra nuovi bisogni e vecchi vincoli* (Workshop estivo 1996),
- *L'economia delle copie e dei falsi d'arte* (dicembre 1998),
- *L'economia e la gestione del patrimonio culturale* (Corso estivo 1999),
- *Economia e logistica del riutilizzo museale del patrimonio artistico edificato* (marzo 2000),
- *Economia e musica: un'interpretazione economica dei festival di musica colta* (in collaborazione con Sichelgaita – giugno 2000),
- *L'economia delle case d'asta* (gennaio 2002),
- *Lo sviluppo in-sostenibile* (in collaborazione con Palazzo Cappello Venexia, ottobre 2004),
- *Attività combinatorie. A partire dal Tristano di Nanni Balestrini* (in collaborazione con LISaV - Laboratorio internazionale di semiotica a Venezia e il Dottorato in Scienze del design - IAUUV, maggio 2008),
- *The Consumption of Culture. The Culture of Consumption* (in collaborazione con l'Istanbul Bilgi University, la St. Thomas University di Dade County (USA), EN-CATC; con il patrocinio della Fondazione di Venezia, aprile 2009).

**EVENTI CULTURALI
E SVILUPPO ECONOMICO
LOCALE**

**Dalla valutazione d'impatto
alle implicazioni di policy
in alcune esperienze
umbre**

**a cura di
Bruno Bracalente
Luca Ferrucci**

*Documenti e ricerche
International Center
for Art Economics*

FrancoAngeli

In copertina, *Le tre portatrici d'acqua*, vasca superiore bronzea, Fontana Maggiore di Perugia. Secondo una recente interpretazione rappresenterebbero l'allegoria del Buon Governo (Perugia, Piazza IV Novembre, 1276-78); © Carlo Maria Raffaele Bonini.

Copyright © 2009 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

INDICE

Prefazione	pag.	11
1. Eventi culturali e sviluppo locale: una introduzione, di <i>Bruno Bracalente e Luca Ferrucci</i>	»	17
1.1. Il punto di vista dell'offerta	»	17
1.2. Il punto di vista della domanda	»	20
1.3. L'ambito di questa ricerca	»	23
2. Il turismo culturale: una risorsa per lo sviluppo economico locale, di <i>Cecilia Chirieleison</i>	»	27
2.1. Il concetto di turismo culturale		27
2.2. La varietà della domanda di consumi culturali: alcuni cri- teri di segmentazione	»	34
2.3. La dimensione economica del turismo culturale: alcune stime	»	40
2.4. Turismo culturale, impatto economico e sostenibilità	»	47
2.5. Gli eventi culturali come attrattori del turismo	»	52
3. Il festival musicale <i>Umbria Jazz</i>, di <i>Cecilia Chirieleison, Mas- simo Cossignani, Luca Ferrucci e Marina Gigliotti</i>	»	60
3.1. Le caratteristiche dell'evento	»	60
3.2. Un'analisi dei bilanci	»	66
3.2.1. La struttura dei ricavi	»	68
3.2.2. La struttura dei costi	»	81
3.2.3. L'andamento del risultato economico	»	84
3.2.4. Alcune criticità gestionali	»	86
3.3. Le filiere di approvvigionamento di beni e servizi	»	91
3.3.1. Il ruolo dell'approvvigionamento di beni e servizi sull'impatto economico locale dell'evento culturale	»	91
3.3.2. Gli obiettivi e la metodologia della ricerca empirica	»	91
3.3.3. I principali risultati della ricerca empirica	»	92

3.4.	La valutazione degli effetti economici da parte degli operatori commerciali e artigianali	pag.	102
3.5.	Le caratteristiche socio-demografiche degli utenti	»	106
3.6.	I comportamenti di spesa	»	117
3.6.1.	Il metodo di rilevazione	»	117
3.6.2.	I profili di spesa stimati	»	120
3.7.	Una sintesi dei risultati	»	128
4.	La mostra del Pintoricchio , di <i>Cecilia Chirieleison, Massimo Cossignani, Luca Ferrucci e Marina Gigliotti</i>	»	131
4.1.	Le caratteristiche dell'evento	»	131
4.2.	L'analisi dei costi e dei ricavi	»	137
4.2.1.	La struttura dei ricavi	»	137
4.2.2.	La struttura dei costi	»	141
4.3.3.	Il risultato economico	»	143
4.3.	Le filiere di approvvigionamento di beni e servizi	»	144
4.4.	Le caratteristiche socio-demografiche dei visitatori	»	149
4.5.	I comportamenti di spesa	»	158
4.6.	Una sintesi dei risultati	»	167
5.	La mostra Da Corot a Picasso, da Fattori a De Pisis , di <i>Cecilia Chirieleison, Massimo Cossignani, Luca Ferrucci e Marina Gigliotti</i>	»	170
5.1.	La Fondazione Cassa di Risparmio di Perugia e le caratteristiche dell'evento	»	170
5.2.	L'analisi dei costi e dei ricavi	»	176
5.3.	Le filiere di approvvigionamento di beni e servizi	»	179
5.4.	Le caratteristiche socio-demografiche dei visitatori	»	183
5.5.	I comportamenti di spesa	»	189
5.6.	Una sintesi dei risultati	»	198
6.	La segmentazione dei visitatori , di <i>Massimo Cossignani e Maria Giovanna Ranalli</i>	»	201
6.1.	Introduzione	»	201
6.2.	La segmentazione del mercato del turismo culturale	»	202
6.2.1.	L'approccio metodologico	»	202
6.2.2.	Il data set e le variabili	»	203
6.2.3.	Le tipologie di turista culturale	»	204
6.3.	Un'analisi dei profili di turista culturale attraverso un modello a scelta discreta	»	213
6.4.	Una sintesi dei risultati	»	216
7.	L'impatto economico della spesa , di <i>Bruno Bracalente e Massimo Cossignani</i>	»	219
7.1.	La metodologia di valutazione	»	219

7.2.	Le componenti della spesa	pag.	222
7.2.1.	La spesa per la produzione degli eventi	»	222
7.2.2.	La spesa dei visitatori	»	225
7.3.	I risultati delle analisi di impatto economico	»	228
7.3.1.	L'impatto delle spese sostenute per la produzione degli eventi	»	229
7.3.2.	L'impatto delle spese dei visitatori	»	231
7.3.3.	L'impatto complessivo e l'effetto moltiplicativo dei contributi degli enti pubblici e privati	»	233
7.4.	Una sintesi dei risultati	»	237
8.	Eventi culturali, sviluppo economico locale e implicazioni di policy , di <i>Bruno Bracalente e Luca Ferrucci</i>	»	239
8.1.	Alcune considerazioni teoriche	»	240
8.1.1.	Il finanziamento degli eventi culturali	»	240
8.1.2.	La governance degli eventi culturali	»	247
8.1.3.	Le strategie degli eventi culturali ai fini dello sviluppo economico locale	»	251
8.2.	Alcune considerazioni metodologiche	»	256
8.3.	Alcune considerazioni conclusive	»	259
	Appendice. La metodologia delle indagini campionarie sui visitatori , di <i>Maria Giovanna Ranalli</i>	»	263
1.	Introduzione	»	263
2.	Le indagini su popolazioni mobili	»	264
2.1.	Il campionamento di popolazioni mobili	»	264
2.2.	Procedimento per il calcolo delle stime	»	269
3.	Strategie di campionamento per l'indagine sui visitatori delle mostre <i>Pintoricchio e Corot-Picasso</i>	»	272
4.	Strategia di campionamento per l'indagine sui visitatori di <i>Umbria Jazz 2007</i>	»	277
5.	Controllo di qualità delle indagini	»	280
	Bibliografia	»	283
	Gli autori	»	291

PREFAZIONE

Questo volume è il risultato di un lungo e impegnativo lavoro di ricerca, durato più di due anni e affrontato perché convinti della necessità di una organica riflessione teorica e metodologica, a partire da esperienze concrete, sul tema della valutazione economica dell'impatto a livello locale degli eventi culturali.

Un tema di estrema importanza per il nostro Paese, e non solo per la ristretta cerchia del mondo accademico, ma anche per i *policy makers*, gli operatori economici e le community locali. Ma un tema sul quale le verifiche empiriche su casi concreti in Italia sono state rare e in genere non caratterizzate dalla necessaria organicità e completezza dei diversi profili di analisi.

Non si tratta, infatti, soltanto di valutare l'impatto della spesa dei turisti attratti dagli eventi culturali, aspetto questo in effetti sempre più analizzato anche nel nostro Paese. Si tratta di approfondire anche diversi altri aspetti relativi alla fase della organizzazione degli eventi, da cui pure dipende la capacità degli stessi e della relativa spesa di essere un effettivo locomotore dello sviluppo locale: dalle forme di finanziamento, all'analisi dei loro costi e ricavi, alla valutazione della completezza o lacunosità delle filiere di approvvigionamento di beni e servizi attivate localmente.

Avendo affrontato con una certa organicità e con appropriati strumenti metodologici tutti questi aspetti – con riferimento, peraltro, ad una pluralità di manifestazioni culturali di diversa natura – non riteniamo di peccare di presunzione affermando che questo volume colma, almeno in parte, una vistosa lacuna nel panorama della ricerca su base empirica in tema di valutazione dell'impatto economico delle manifestazioni culturali in Italia e, più specificamente, in tema di relazione tra eventi culturali e sviluppo economico locale.

I casi di studio che costituiscono il fondamento concreto della ricerca riguardano tutti una città, Perugia, e una regione, l'Umbria, le cui peculiarità pure sono state determinanti nella decisione di affrontare un così complesso studio e di scrivere questo volume.

L'Umbria è caratterizzata da un assetto insediativo fondato su piccoli centri urbani, spesso borghi, che in genere hanno saputo conservare e valorizzare, sul piano urbanistico, un patrimonio culturale diffuso, fatto di chiese, monasteri, musei, castelli ed altri edifici storici. Tali beni costituiscono attrattori, pressoché spontanei, di un segmento rilevante del turismo contemporaneo, quello di tipo culturale, sia proveniente da aree nazionali che estere. Un turismo culturale che si riflette positivamente sull'economia locale, contribuendo a preservarne la vitalità sociale, rispetto ai fenomeni di inurbamento metropolitano, oltreché a valorizzare la fitta rete di offerta di beni e servizi di un commercio minore qualificato e di un artigianato tipico espressione dei territori locali.

Simili caratteristiche sono alla base di un capitale sociale, storicamente consolidatosi, che ha stimolato la nascita di un diffuso associazionismo locale promotore di un fiorire di iniziative collettive, finalizzate alla valorizzazione di questi piccoli contesti urbani, che – benché qualche volta eccessivamente dispendiose – hanno contribuito a mantenerne l'identità.

Gli eventi culturali, diffusi su tutto il territorio regionale, talvolta ricorrenti – come il *Festival dei Due Mondi* oppure *Umbria Jazz* – e, in altri casi, *one shot* – come le mostre dedicate negli ultimi anni ai Maestri umbri – hanno rafforzato la capacità di attrarre i flussi di turismo culturale. La proliferazione delle iniziative, tuttavia, è risultata, talvolta, eccessiva e priva di coordinamento, sia a livello locale che rispetto ai territori contigui. Non solo, tale “ridondanza” di manifestazioni ha determinato un “drenaggio” di risorse pubbliche, soprattutto degli enti locali, senza che i *policy makers* abbiano a disposizione adeguati strumenti a supporto delle necessarie e selettive decisioni. Tra l'altro, in un contesto di crescente rarefazione della disponibilità di risorse finanziarie pubbliche, il “costo” dell'errore allocativo della decisione politica diviene, socialmente, molto elevato.

In questa logica, dunque, è essenziale disporre di metodologie rigorose per la valutazione dell'impatto economico locale dei diversi eventi culturali. Per rispondere a questa inderogabile esigenza, il gruppo di ricerca ha messo a punto una metodologia per il monitoraggio e la valutazione dell'impatto economico locale delle tre principali manifestazioni culturali e di spettacolo organizzate nell'ultimo biennio nella città di Perugia: il festival musicale *Umbria Jazz*; la mostra sul *Pintoricchio* e la mostra *Da Corot a Picasso, da Fattori a De Pisis*. La qualità di questi eventi, unitamente alla loro forza di richiamo nazionale ed internazionale, è stata l'occasione per lo svolgimento di questa ricerca empirica e per sperimentare sul campo una molteplicità di strumenti metodologici capaci di affrontare i diversi profili

di analisi che caratterizzano la relazione tra eventi culturali e sviluppo economico locale.

Un fattore di originalità della nostra analisi deriva anche dall'aver costituito un team qualificato di giovani ricercatori – in larga parte operanti nella Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Perugia – che però presentano competenze scientifiche e culturali assai differenziate (economisti, statistici e aziendalisti). La ricchezza di competenze diverse è stata la base per la sperimentazione di una metodologia varia nei suoi approcci e rigorosa nella sua analisi.

È indubbio che questa ricerca – e il volume che ne è seguito – debba molto anche al finanziamento che è stato messo a disposizione da due attori fondamentali del contesto regionale umbro: la Fondazione Cassa di Risparmio di Perugia – che ha assegnato alla ricerca sia un cofinanziamento all'intero progetto, sia un finanziamento specifico per la valutazione dell'impatto economico della mostra *Da Corot a Picasso, da Fattori a De Pisis* da essa organizzata – e la Confcommercio della Provincia di Perugia. Il loro contributo è peraltro l'espressione dell'interesse strategico di queste istituzioni e degli attori economici che esse, in un certo qual modo, rappresentano sul tema dell'impatto economico delle manifestazioni culturali sul territorio.

Un particolare e sentito ringraziamento va anche a tutti i soggetti organizzatori degli eventi oggetto del presente studio, e in particolare, oltre alla Fondazione Cassa di Risparmio di Perugia, all'Associazione Umbria Jazz, a Civita Servizi e alla Direzione Regionale per i Beni Culturali e Paesaggistici dell'Umbria, che con la loro collaborazione istituzionale e il loro supporto nella raccolta di dati e informazioni hanno reso possibile la nostra ricerca. Senza di loro, nulla avremmo potuto fare.

*Bruno Bracalente
Luca Ferrucci*

La cultura – si sostiene spesso – è per l’Umbria una grande risorsa. Non è solo un fattore di crescita sociale e civile, ma un volano economico di primaria importanza. Ciò vale in particolare, secondo l’opinione corrente, per le grandi iniziative e manifestazioni culturali promosse nella nostra regione, che sono sia uno straordinario veicolo promozionale e d’immagine sia un potente stimolo per le attività economiche, soprattutto per quelle legate al turismo. Naturalmente, un conto è essere convinti, sul piano generale, che esista un legame virtuoso tra politica culturale e sviluppo economico, un conto è disporre delle prove empiriche che dimostrano – dati alla mano e sulla base di esempio concreti – la fondatezza di tale assunto.

Bene, l’importanza della presente ricerca – realizzata dall’Università di Perugia con il sostegno della Fondazione Cassa di Risparmio di Perugia e della Confcommercio – risiede proprio in questo: attraverso l’indagine condotta su alcuni grandi eventi culturali si è riusciti a calcolare con criteri scientifici l’impatto economico, largamente positivo, che questi ultimi determinano sul territorio. L’aumento nel flusso dei visitatori, che si è registrato in occasioni di recenti mostre d’arte o di appuntamenti musicali di qualità come nel caso di *Umbria Jazz*, ha favorito non solo le strutture ricettive e l’industria del turismo, ma l’insieme delle diverse attività economiche, dal commercio all’artigianato. L’intero sistema locale, insomma, ne ha tratto un sostanziale beneficio.

Ciò naturalmente non fa che confermare la giustezza delle linee di politica culturale perseguite dalla Fondazione sin dalla sua nascita. Il settore “arte e cultura” è uno di quelli sui quali si sono concentrate, nel corso degli anni, la maggior parte delle nostre risorse e dei nostri interventi: e ciò nella convinzione che si tratti di un settore di importanza fondamentale proprio per le ricadute – sociali ma anche e soprattutto economiche – che esso può determinare. Da questo punto di vista, la collaborazione che abbiamo avviato con le istituzioni locali si è rivelata a sua volta una scelta giusta e opportuna. Uno dei limiti storici dell’Umbria è sempre stata la tendenza dei diversi soggetti, privati e pubblici, a muoversi in eccessiva autonomia. Lo sviluppo di un territorio – come appunto dimostra questa ricerca – richiede invece il massimo della cooperazione e del coordinamento: dal punto di vista organizzativo, della programmazione e delle risorse da mettere in campo. Una strada lungo la quale la Fondazione si è avviata da tempo e che intende perseguire anche nel futuro: nell’interesse dell’Umbria e dei suoi cittadini.

Carlo Colaiacovo
Presidente Fondazione Cassa di Risparmio dell’Umbria

Salutiamo con grande interesse ed estremo favore la nascita di questo volume sul rapporto tra gli eventi culturali e lo sviluppo economico locale, che ci consente di “misurare”, per la prima volta secondo criteri di scientificità, il peso economico di tre grandi eventi, dei quali, come imprenditori e ciascuno secondo la propria esperienza, abbiamo già avuto modo di valutare i benefici effetti sul turismo umbro.

Grazie al contributo scientifico dell’Università, oggi possiamo però disporre di uno strumento conoscitivo nuovo, in grado di offrire indicazioni preziose anche per le politiche di sviluppo del territorio. Noi di Confcommercio abbiamo creduto in questo lavoro di ricerca, perché da sempre sosteniamo l’importanza di investire nei grandi eventi di qualità, in grado di garantire ricadute significative sull’economia reale, sia in modo diretto – per quanto riguarda, ad esempio, le attività ricettive o di somministrazione – ma anche in modo indiretto.

Dei tre grandi eventi presi in esame dalla ricerca, solo uno, *Umbria Jazz*, ha una cadenza annuale e dunque continuità nel tempo. Gli altri due – la mostra del *Pintoricchio* e la mostra *Da Corot a Picasso, da Fattori a De Pisis* – sono stati straordinari eventi unici.

La prima questione, quindi, è oggi quella di lavorare perché i grandi appuntamenti tradizionali si possano sempre più consolidare e, allo stesso tempo, quella di costruire un calendario di eventi che garantisca una continuità nei motivi di attrazione culturale del nostro territorio. Anche attraverso la valorizzazione di eventi di minore impatto, ma che rispondono ai requisiti della qualità. Una sfida per tutti: sistema pubblico e sistema privato. Perché gli imprenditori non intendono rinunciare a svolgere un ruolo attivo in questo contesto.

La seconda questione è di carattere metodologico. Intorno a questi eventi, devono essere impegnati tutti gli attori sul territorio, ognuno secondo le proprie competenze, ma tutti coordinati in un unico disegno. Il coinvolgimento di tutte le parti deve avvenire a monte, molto prima dell’evento, in modo che al momento giusto si possa andare sui mercati a proporre il “prodotto Umbria”, fatto di tante piccole parti, ma unico e assolutamente riconoscibile.

Il presidente del Consiglio ha affermato che il turismo sarà la risorsa più importante per gli anni a venire. Noi ne siamo pienamente convinti. Così come crediamo nel ruolo trasversale del turismo rispetto agli altri settori economici, e nella necessità di creare una nuova cultura del turismo, di cui il ministero dedicato potrebbe essere strumento. Un passo in avanti.

Molti ne abbiamo fatti anche in Umbria verso questa consapevolezza. Questa stessa pubblicazione ne è testimonianza, così come lo sono i labora-

tori di idee che abbiamo promosso, dal 2005, per riflettere sulle potenzialità del terziario, di cui il turismo è componente essenziale, per favorire lo sviluppo dell'economia umbra.

Giorgio Mencaroni
Presidente Confcommercio della Provincia di Perugia

1. EVENTI CULTURALI E SVILUPPO LOCALE: UNA INTRODUZIONE

Bruno Bracalente e Luca Ferrucci

Non vi è ormai città, di grandi o medie o piccole dimensioni, che nella propria strategia di sviluppo non assegni un ruolo centrale all'investimento culturale nelle sue diverse forme, dalla valorizzazione del patrimonio artistico e monumentale, alla riqualificazione dei centri storici, alla promozione di mostre ed eventi musicali e di spettacolo. «Come le città ai tempi del Medioevo, che utilizzarono l'altezza di torri e campanili come simbolo della propria indipendenza, le città d'oggi utilizzeranno la presenza di un museo o l'organizzazione delle attività culturali come emblema della propria determinazione a perseguire nuove forme di sviluppo» (OECD, 2005). Nella economia delle città, i beni e le attività culturali ricoprono in effetti un ruolo molto rilevante da diversi punti di vista, che attengono sia al lato dell'offerta che a quello della domanda.

1.1. Il punto di vista dell'offerta

Nell'analisi economica degli aspetti culturali, il profilo dell'offerta è rilevante soprattutto perché dalla estensione e qualità della dotazione di monumenti e istituzioni culturali, eventi, espressioni varie della cultura locale, dipendono in misura notevole l'immagine e la stessa qualità della vita delle città, che oltre a essere un fine in sé è anche un fattore di ulteriore sviluppo economico e sociale. L'offerta culturale è, più specificatamente, all'origine di significative componenti immateriali del profilo della città, che a loro volta sono importanti fattori di attrazione di energie creative, giovani talenti, professioni ad alta qualificazione su cui si basa la moderna economia fondata sulla innovazione e la conoscenza.

Diversi studi hanno mostrato che, da tempo, nel mondo sviluppato il vantaggio competitivo delle città e dei territori non dipende più dalla dispo-

nibilità di risorse naturali o di manodopera a basso costo, ma piuttosto dalla capacità di attrarre e trattenere il capitale umano qualificato e di generare in loco conoscenza e innovazione. I protagonisti dell'economia della conoscenza, in particolare giovani ad elevata istruzione e qualificazione, scelgono città ricche di cultura e di *natural amenities* dove vivere e lavorare (Florida, 2002). Da questo punto di vista la cultura è diventata un importante «*soft location factor*» (KEA European Affairs, 2006). In realtà, negli Stati Uniti, dove il fenomeno si è evidenziato prima che altrove, l'attrattiva delle città per i (giovani) lavoratori qualificati dei settori innovativi non sembra dipendere tanto dall'offerta culturale tradizionale (teatri, musei), ma da altri aspetti della qualità urbana, quali la disponibilità di risorse e attrezzature per le attività ricreative e sportive all'aria aperta (*natural amenities*, appunto), che permettono, attraverso la loro fruizione attiva, di realizzare un particolare stile di vita, tipico delle giovani classi emergenti di quel Paese.

I caratteri e la storia delle città europee sono tuttavia diversi. Per la qualità urbana delle nostre città è molto rilevante il ruolo del settore culturale, inteso sia come patrimonio storico e infrastrutturale, sia come offerta di attività culturali, tradizionali e moderne. Particolarmente indicativi da questo punto di vista sono gli indirizzi della Commissione europea per il periodo di programmazione 2007-2013 riguardo allo sviluppo urbano (Commission of The European Communities, 2006). Tra gli strumenti per rendere più attrattive le città, insieme alle infrastrutture per la mobilità e a quelle ambientali, vengono infatti considerati particolarmente rilevanti l'accessibilità ai servizi in genere, compresi quelli del welfare, e inoltre, con specifico rilievo, proprio il settore culturale: dai centri culturali e scientifici ai musei, dalla salvaguardia del patrimonio architettonico alla produzione di attività culturali, comprese quelle più rivolte ai giovani.

Nel senso appena richiamato la cultura è fonte di *economie esterne* che rafforzano e qualificano l'insieme di economie di localizzazione tipiche dell'ambiente urbano. Un ambiente urbano ricco di cultura nelle sue diverse espressioni è un catalizzatore importante delle economie esterne di agglomerazione e diversificazione che si formano nelle città – soprattutto in quelle di maggiori dimensioni – che a loro volta costituiscono importanti fattori localizzativi e di crescita economica per l'intero sistema produttivo locale. In particolare, è un fattore localizzativo e di crescita delle tante attività produttive legate direttamente o indirettamente alla cultura.

La cultura è infatti elemento sostanziale dell'industria culturale, il cui business è costituito dalla riproduzione e diffusione, tramite libri, video, CD, TV, Internet ecc., dei “prodotti” delle attività culturali in senso stretto. È inoltre un input importante per le attività del cosiddetto “settore creativo”, dal de-

sign, alla pubblicità all'architettura; attività esterne al mondo della cultura e all'industria culturale, ma strettamente dipendenti da entrambi.

In questo senso la cultura, pur non essendo una attività produttiva tipicamente di mercato, costituisce un segmento “a monte” dei cluster di attività e delle filiere produttive tipiche dell'economia della conoscenza, in qualche modo assumendo nel processo produttivo un ruolo di «consumo intermedio» (OECD, 2005). Quanto più tali filiere produttive sono diffuse e interrelate nella economia locale tanto maggiori saranno gli effetti economici diretti e indiretti che ne possono derivare sul reddito e l'occupazione.

Peraltro, in determinate condizioni dello sviluppo locale, il fattore culturale può rappresentare molto più di un semplice anello, per quanto importante, di una catena di attività economiche collegate. Nelle forme più evolute di sistemi locali a forte presenza di tali cluster di attività, la cultura è infatti l'elemento costitutivo fondamentale di quella «atmosfera culturale» (Cheng, 2006) che, plasmando la dimensione sociale e i caratteri identitari della città (cultura come contesto), in analogia con l'atmosfera industriale marshalliana, identifica i veri e propri «distretti culturali» (Sacco *et al.*, 2008; Valentino, 2003).

Come sostengono Sacco *et al.* (2008), a differenza dei distretti industriali – in genere fondati sulla integrazione verticale di imprese operanti nella medesima filiera (o catena del valore) – i distretti culturali sono fondati sulla integrazione orizzontale di diverse filiere il cui comune denominatore è costituito dalla cultura, che assume quindi il ruolo di *driver* dello sviluppo economico e sociale locale. Un ruolo economico che va molto al di là del valore aggiunto che le attività culturali in senso stretto sono in grado di generare direttamente o indirettamente nella economia locale.

Sull'insieme di tali economie esterne ed interne che connotano le economie locali *cultural-driven*, e in modo specifico le cosiddette “città creative”, si fonda una parte rilevante della competizione tra città. Lo dimostrano i tanti esempi, statunitensi prima (Austin, Baltimora, Saint Louis) ed europei poi, di rigenerazione di città industriali in declino attraverso la loro riconversione verso l'economia della cultura in senso lato, compresa l'industria culturale e multimediale, a sua volta in stretta connessione con le tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Sono, ad esempio, i casi di Glasgow, Birmingham, Liverpool, Manchester, Bilbao, Valencia, Linz; compresi quelli più rilevanti del nostro Paese, da Torino a Genova. In tutti questi casi, la cultura è stato il mezzo attraverso il quale le istituzioni pubbliche hanno cercato di trasformare la città, cambiandone radicalmente l'immagine e l'identità e di conseguenza la capacità attrattiva.