



#laculturafaimpresa

# LA CULTURA FA IMPRESA

2<sup>a</sup> CONFERENZA NAZIONALE  
DELL'IMPRESA CULTURALE

13 giugno 2019  
Palazzo Merulana  
via Merulana 121, Roma

 @impresacultura  @laculturafaimpresa

#laculturafaimpresa

# LA CONFERENZA NAZIONALE DELL'IMPRESA CULTURALE

Momento di confronto e proposta sul tema delle imprese culturali



2017

L'AQUILA

I CONFERENZA NAZIONALE  
DELL'IMPRESA CULTURALE

2019

ROMA

II CONFERENZA NAZIONALE  
DELL'IMPRESA CULTURALE

# OBIETTIVI DELLA II CONFERENZA

---

---



**AFFERMARE IL PROCESSO DI  
GESTIONE COME ELEMENTO  
DI INTEGRAZIONE TRA  
TUTELA E VALORIZZAZIONE  
DELLE RISORSE CULTURALI**



**DOTARE IL PAESE DI  
INFRASTRUTTURE  
GESTIONALI DEL  
PATRIMONIO  
CULTURALE**



**AVVIARE UN DIALOGO  
UTILE A COMPORRE LE  
ASPETTATIVE DEI  
DIVERSI ATTORI  
COINVOLTI**

**L'innovazione in campo culturale passa  
per una rinnovata “cultura di gestione”**

# CULTURA: ELEMENTO FONDAMENTALE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE DEI TERRITORI

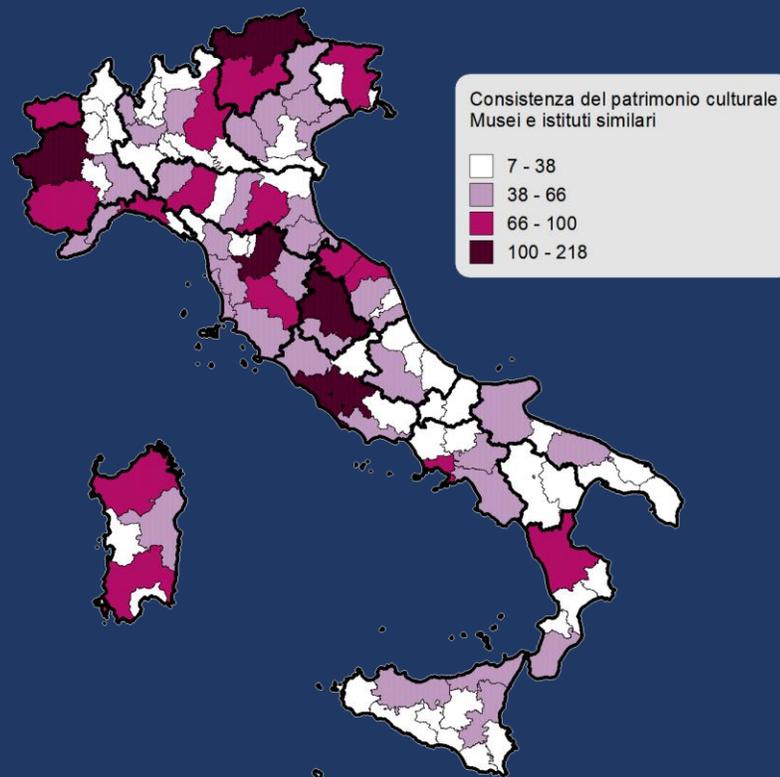


# CULTURA COME VEICOLO E SPAZIO DI COESIONE



# L'ITALIA E IL SUO PATRIMONIO

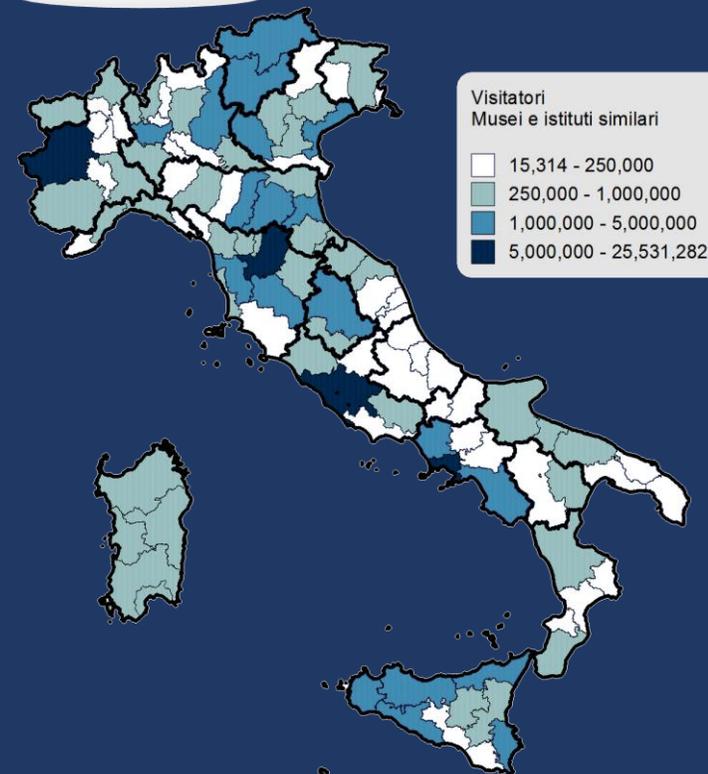
DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DEL PATRIMONIO



**4.889**

**MUSEI E  
ISTITUTI  
SIMILARI**

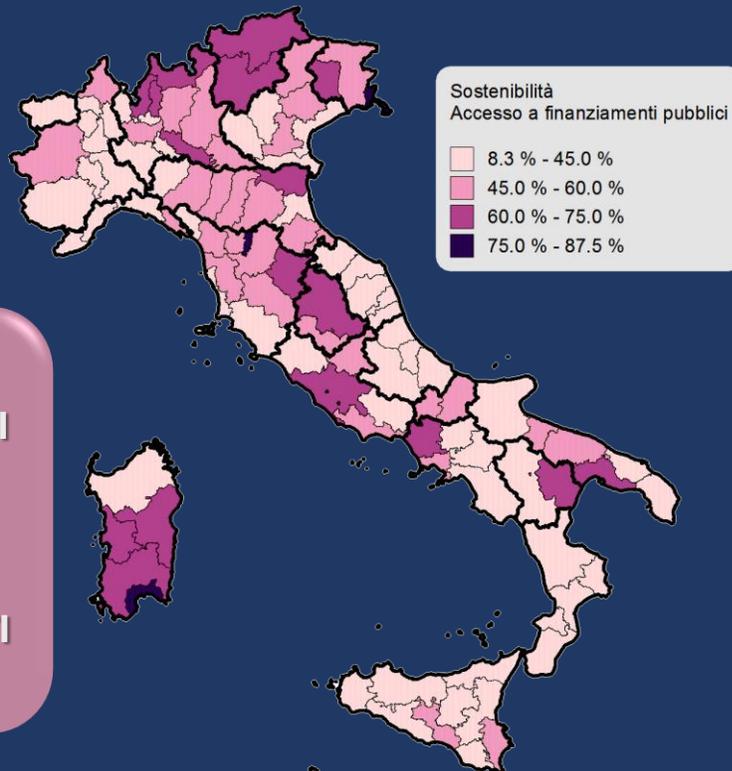
DISTRIBUZIONE DEI VISITATORI



**Gran parte del patrimonio culturale italiano, capillarmente diffuso sul territorio, è poco conosciuto ed è fruito solo in parte (grandi attrattori)**

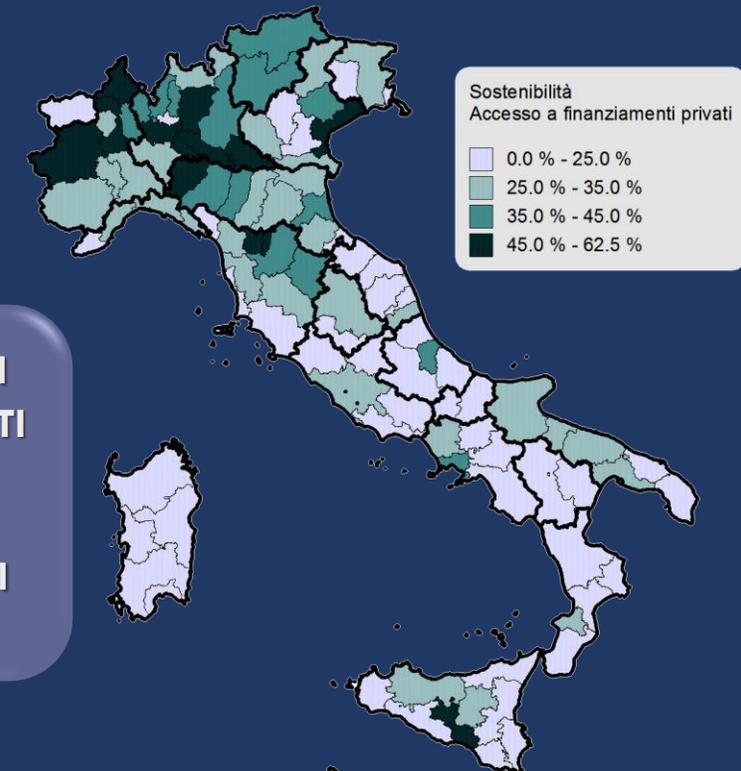
# LA SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

## FINANZIAMENTI PUBBLICI



**IL 47,2% DEI  
MUSEI E ISTITUTI  
CULTURALI  
RICEVE  
CONTRIBUTI E  
FINANZIAMENTI  
PUBBLICI**

## FINANZIAMENTI PRIVATI



**IL 28,2% DEI  
MUSEI E ISTITUTI  
CULTURALI  
RICEVE  
SOVVENZIONI  
PRIVATE**

**Oltre metà (56,3%) dei musei e istituti simili riceve finanziamenti pubblici o privati**

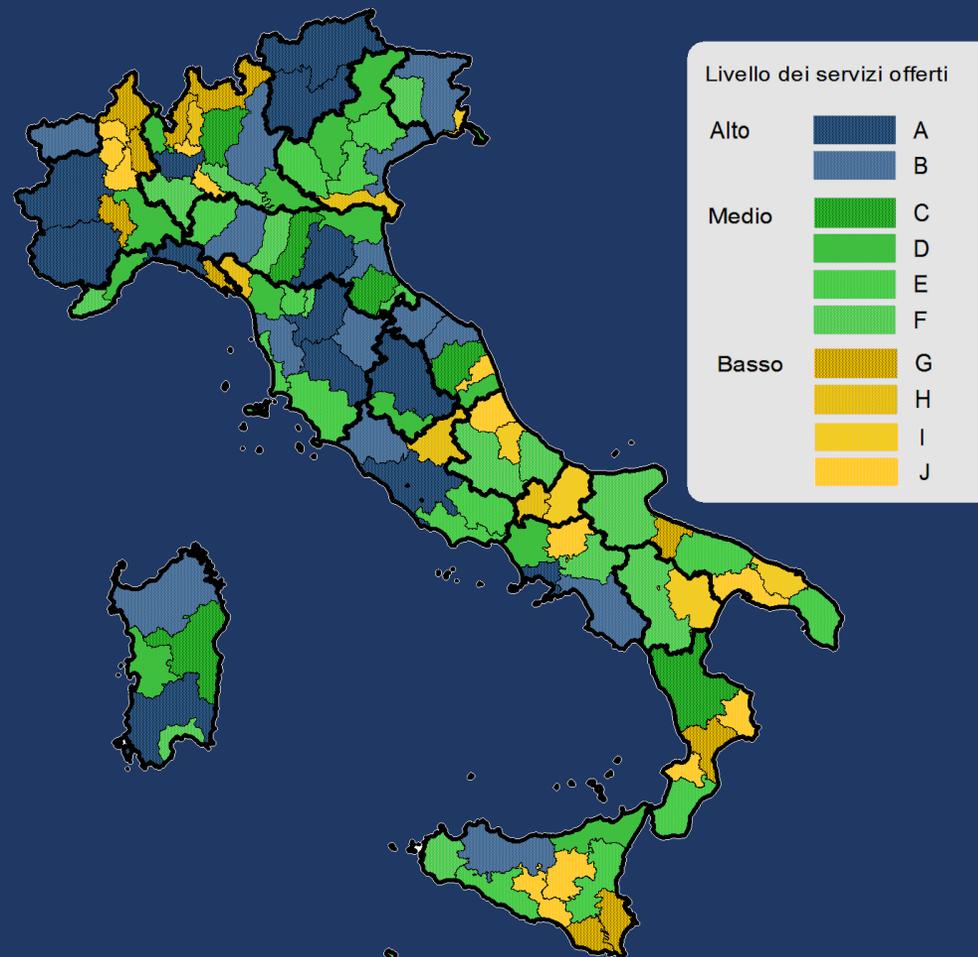
# L'OFFERTA E L'ORIENTAMENTO AL VISITATORE

La presenza dei servizi offerti ai visitatori e le azioni di valorizzazione sono molto variabili: le strutture più grandi assicurano in genere un livello di servizio di grado più elevato

Il livello dei servizi offerti dagli istituti culturali italiani può essere approssimato dall'analisi di alcune variabili della base dati ISTAT sui Musei e le istituzioni:

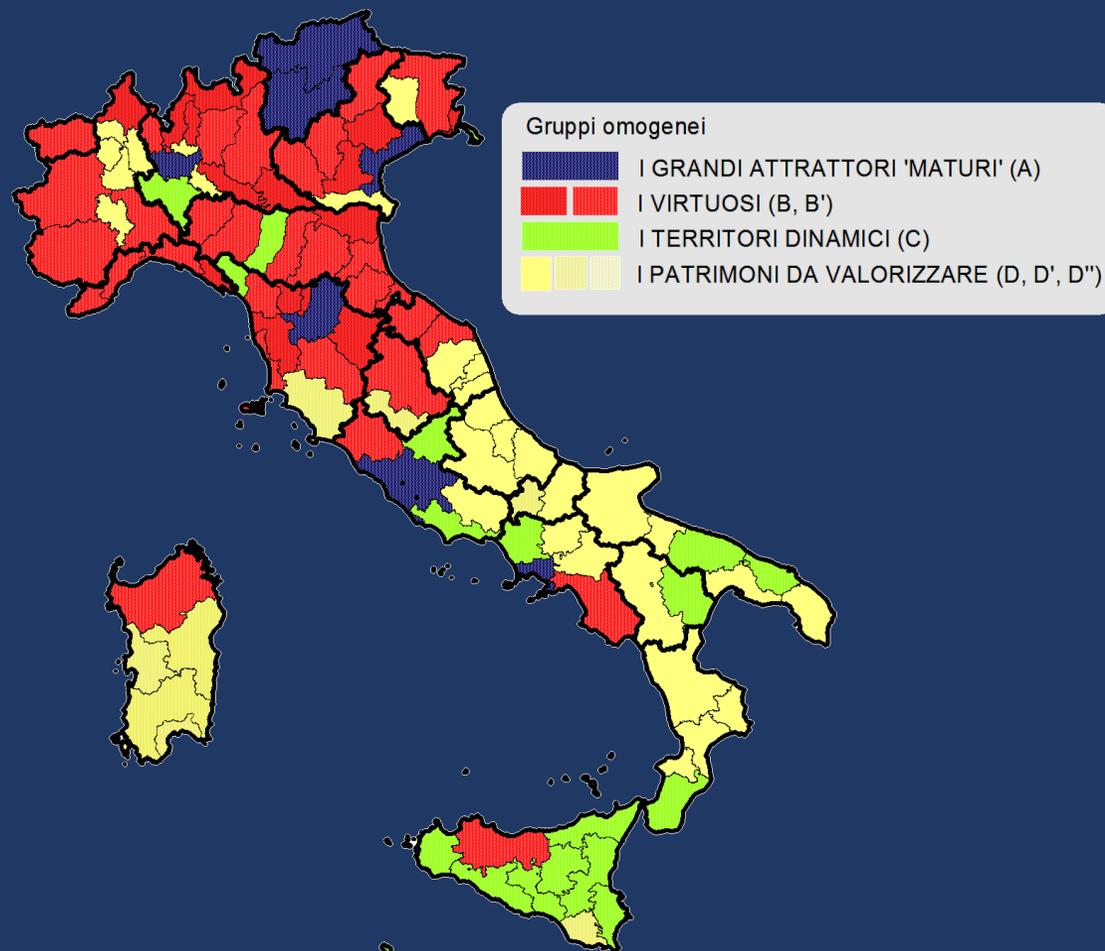
- le regole di funzionamento e le garanzie per l'utente
- le modalità d'apertura
- l'accessibilità
- la gamma delle opzioni d'ingresso
- le attività accessorie
- i servizi e la comunicazione su web
- i servizi aggiuntivi
- il rapporto tra addetti e visitatori

**L'ANDAMENTO DI QUESTE VARIABILI È DI FORTE E POSITIVA CORRELAZIONE: AL CRESCERE DI UNO DI QUESTI INDICATORI ANCHE TUTTI GLI ALTRI REGISTRANO VALORI PIÙ ELEVATI E VICEVERSA**



# LA MAPPA DEI TERRITORI DEI BENI CULTURALI

La mappatura dei territori dei beni culturali su base provinciale permette di legare caratteri del territorio e profili dei beni culturali ed è funzionale a una politica di raccordo e di rete tra gli istituti



**Dall'aggregazione dei diversi indicatori riguardanti la consistenza del patrimonio, i servizi, i finanziamenti pubblici e privati, i flussi turistici, la propensione al consumo culturale, emergono QUATTRO GRUPPI TERRITORIALI OMOGENEI**

# LA PERFORMANCE DEI MUSEI AUTONOMI

Nel 2018 Banca d'Italia ha condotto un esercizio econometrico per analizzare il legame tra caratteristiche dei musei e la loro performance.

Ne emerge che i **MUSEI CON AUTONOMIA CONTABILE E OPERATIVA** riportano performance migliori in tutte le dimensioni analizzate, ossia:

- conservazione del patrimonio
- accessibilità dello spazio museale
- orientamento al visitatore
- relazioni con l'esterno

**PARTECIPAZIONE  
DEI CITTADINI E  
ATTRATTIVITÀ  
TURISTICA**

# LA NORMATIVA DEL SETTORE

## LE NOVITÀ DEGLI ULTIMI ANNI

**IMPRESA CULTURALE  
E CREATIVA**

**SISTEMA MUSEALE  
NAZIONALE E  
LIVELLI UNIFORMI DI  
QUALITÀ**

**RIFORMA DELLO  
SPETTACOLO**

**RIFORMA DEL  
TERZO SETTORE**

## LE RIFORME IN CORSO

**DELEGA IN MATERIA  
DI BENI CULTURALI**

**DELEGA IN MATERIA  
DI SPETTACOLO**

**DELEGA IN MATERIA  
DI TURISMO**

**DELEGA IN MATERIA  
DI CONTRATTI  
PUBBLICI**

# LE REGIONI E LA VALORIZZAZIONE



**Incoraggiare la produzione legislativa regionale in materia di valorizzazione dei beni culturali focalizzata sulla **GESTIONE****

# I SOGGETTI COINVOLTI NELLA GESTIONE

**FONDAZIONI**

**ASSOCIAZIONI  
APS  
VOLONTARIATO**

**ENTI DEL  
TERZO  
SETTORE**

**SOCIETÀ**

**AZIENDE SPECIALI**

**IMPRESE  
SOCIALI**

**FONDAZIONI  
DI COMUNITÀ**

**CONSORZI**

**COOPERATIVE**

**COOPERATIVE  
DI COMUNITÀ**

**SOCIETÀ  
BENEFIT**

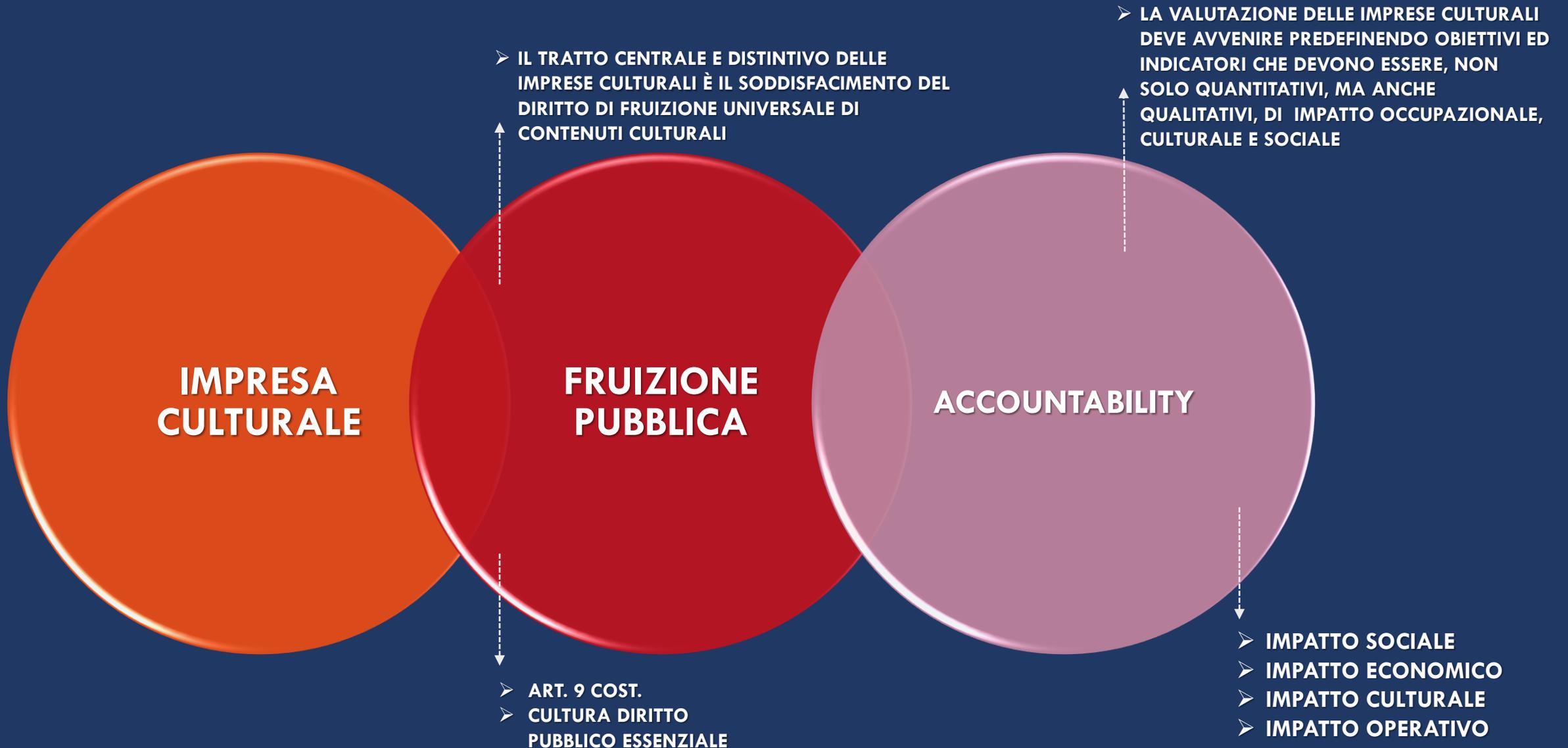
# L'IMPRESA CULTURALE È UN PEZZO DELL'ECONOMIA DEL FUTURO

## LE IMPRESE CULTURALI

- **INFRASTRUTTURE STRATEGICHE, INNOVATIVE E SOSTENIBILI PER LA VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE IDENTITARIE DEL TERRITORIO, ORIENTATE A FAVORIRE LA CRESCITA SOCIALE E LO SVILUPPO ECONOMICO**

**LA CULTURA è fattore costitutivo – non aggiuntivo – dello SVILUPPO**

# L'IMPRESA CULTURALE

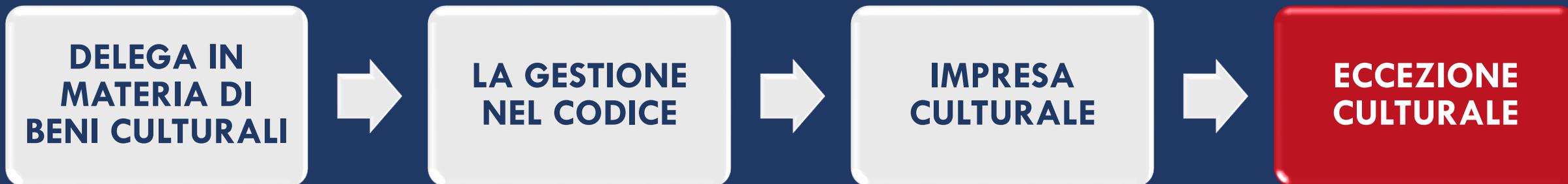


# LA GOVERNANCE PUBBLICA MULTILIVELLO PER L'IMPRESA CULTURALE



**Una buona *governance* ha effetti positivi sul partenariato pubblico/privato  
Se c'è visione e buona progettualità, anche i privati sono incentivati ad investire**

# PROSPETTIVE PER UN'IMPRESA CULTURALE INNOVATIVA E SOSTENIBILE



# ECCEZIONE CULTURALE

---

---

**RELAZIONE CON LA  
PUBBLICA AMMINISTRAZIONE**

**ACCESSO AL CREDITO**

**FINANZIAMENTI PUBBLICI  
FILOSOFIA BANDI**

**DONAZIONI E  
SPONSORIZZAZIONI**

**SEMPLIFICAZIONE  
AMMINISTRATIVA**

**IVA**

**LAVORO**

**IMU E TRIBUTI LOCALI**

# L'IMPRESA CULTURALE PER LO SVILUPPO DEI TERRITORI



## TAVOLO PERMANENTE PER LE POLITICHE DI GESTIONE

- MiBAC
- CONFERENZA DELLE REGIONI
- ANCI/UPI
- UNIONCAMERE
- CEI
- PARTENARIATO IMPRESA CULTURALE
- SISTEMA DELLE IMPRESE