

## Spesa pubblica e spesa privata in cultura: cos'è successo durante la Grande Recessione?<sup>1</sup>

Marco Causi

Innanzitutto vorrei ringraziare il Dipartimento per le Politiche di Sviluppo e di Coesione per questo invito. Grazie anche e soprattutto per il lavoro che oggi è stato presentato all'opinione pubblica e agli addetti ai lavori. Le banche dati costruite dal Dipartimento sulla situazione dei beni culturali italiani, fruibili da chiunque, costituiscono un arricchimento del patrimonio di conoscenza statistico-economica di grande rilevanza.

Posso dire che gli studiosi di economia della cultura, come me e altri che vedo in sala, per costruire dati e statistiche aggregati dell'intera Pubblica Amministrazione, quindi Comuni, Province, Regioni e Stato, hanno sempre dovuto fare un lavoro *ad hoc*. Spesso i dati sono stati ottenuti attraverso stime, in assenza di fonti ufficiali. E altrettanto spesso ci si è dovuti accontentare di stime grossolane (quelle che in gergo vengono chiamate "*back on the envelope*"). Oggi invece noi abbiamo una fonte ufficiale e metodologicamente controllata, che mette insieme tutti gli Enti Pubblici e le relative statistiche.

E quindi il contributo del Dipartimento per le Politiche di Sviluppo e Coesione per migliorare la conoscenza dei dati di fondo su cui articolare le politiche pubbliche nel nostro paese, già importante in tanti settori, si arricchisce di un nuovo tassello. Sono sicuro che queste le analisi avranno un particolare rilievo anche nel settore delle politiche culturali.

Entrando nel merito dei dati che sono stati presentati stamattina, emerge una riduzione della spesa pubblica in cultura, considerando complessivamente l'insieme di tutti i diversi livelli di governo. Che tale evidenza sia una conseguenza della crisi è una considerazione quasi ovvia. Il fatto meno ovvio è quello strutturale, cioè che la spesa pubblica per la cultura in Italia, neppure nei momenti migliori – quando, ad esempio, dal 1996 al 2001, fu portata dallo 0,4 per cento allo 0,9 per cento del PIL - si è mai strutturalmente avvicinata alle cifre dei grandi Paesi economicamente avanzati, che hanno livelli di spesa pubblica sensibilmente più elevati, fra l'1 per cento e il 2 per cento. E questo vale anche nei paesi a minor tasso di intervento pubblico diretto dello Stato, come USA e UK, laddove si considerino gli apporti forniti dai livelli locali di governo e dalla spesa pubblica indiretta

---

<sup>1</sup> Intervento alla Tavola rotonda sui Flussi finanziari pubblici nel settore cultura, in occasione della pubblicazione dei Conti pubblici territoriali nel settore cultura da parte del Dipartimento per le politiche di sviluppo e di coesione, Roma 29 maggio 2014.

attivata dalle perdite di gettito fiscale potenziale connesse ai sistemi di detrazione o deduzione della spesa privata.

Una notizia positiva è che la spesa di consumo privata nel settore della cultura si è ridotta durante la crisi, ma meno della spesa pubblica. Come sanno gli addetti ai lavori, nei primi tre anni di crisi, cioè 2008, 2009 e 2010, in Italia si è osservata una sostanziale tenuta della spesa privata per l'acquisto di beni e servizi culturali, mentre la riduzione è arrivata soltanto nel 2011 – *annus horribilis* – con una coda nel 2012. I dati fisici di fruizione (ad esempio gli accessi ai musei e monumenti) mostrano segni di ripresa nel 2013, il che fa ben sperare, in attesa di conoscere i dati in valore. In linea di massima comunque la spesa privata nel settore tiene maggiormente rispetto alla spesa pubblica durante gli anni di quella che viene definita la Grande Recessione.

Da questo punto di vista, al di là dei ragionamenti teorici che questo potrebbe suggerirci, risulta molto utile il Decreto Cultura che il Governo ha varato in questi giorni, perché, tramite il meccanismo della detrazione fino al 65 per cento delle erogazioni liberali alla cultura, cerca di potenziare un canale di spesa privata che ha già mostrato di essere attivo e reattivo. E' vero che, in particolare nelle attività di tutela del nostro ingente patrimonio culturale, la spesa privata non potrà sostituirsi a quella pubblica, ma semmai essere ad essa complementare. Ma è vero anche che nel campo più ampio dei consumi culturali l'Italia ha bisogno di una rivoluzione organizzativa dell'offerta, e di sistemi (e culture) di gestione capaci di attirare il pubblico e la sua disponibilità a pagare per servizi e prodotti culturali. Il Decreto Cultura va in questa direzione, e io penso che questo sia fortemente positivo.

Sarebbe interessante dibattere più a lungo il tema delle donazioni. Quasi sempre la discussione pubblica e la polemica politica si concentrano sui casi di grandi donatori, o grandi sponsor. Io penso che esista una classe potenzialmente molto ampia di donatori di piccola e media dimensione a livello individuale, anche familiare, ovvero a livello di impresa piccolo-media, e che questo sia uno dei terreni inesplorati delle politiche culturali italiane degli ultimi venti anni.

Chiunque sa che negli altri paesi ci si può iscrivere molto facilmente alle associazioni legate alle istituzioni culturali, ad esempio ai musei. I musei americani – ma non soltanto essi – sollecitano le iscrizioni tramite adeguate campagne di *marketing* con donazioni di dimensione “micro”. Le micro donazioni hanno un potenziale molto rilevante per le istituzioni culturali, perché non attengono soltanto alla ricerca del *funding*, ma sono anche uno strumento di *marketing* strategico per la fidelizzazione del pubblico e la differenziazione dei prodotti/servizi.

Nella gestione del *marketing* e della promozione di queste istituzioni, la segmentazione del pubblico fra donatori e non donatori è molto importante; e

anche in questo caso parliamo non solo di grandi donatori, di grandi mecenati, ma, all'interno di una città, di una comunità, di una regione o di una collettività, parliamo di quella fascia di persone che si associa alle istituzioni culturali perché le frequenta, le ama e contribuisce non soltanto finanziariamente, ma anche partecipando in prima persona alle attività dell'istituzione culturale. Ci sono ormai molte esperienze anche in Italia di gestioni dinamiche del rapporto con il pubblico (visitatori, spettatori, fruitori, consumatori dei prodotti e dei servizi aggiuntivi, ecc.) da parte di istituzioni culturali, nel campo museale o dello spettacolo. Sono diffuse più nell'universo no profit che in quello pubblico, e la scommessa che fa il Decreto Cultura è di sostenere e ampliare queste esperienze.

Una scommessa sicuramente impegnativa, soprattutto per l'innovazione che comporta nel campo delle nostre ossificate e burocratizzate istituzioni pubbliche, ma una scommessa altrettanto sicuramente da giocare. Non sarà infatti moltiplicando all'infinito le lamentele per la carenza di risorse pubbliche che il settore culturale italiano potrà risollevarsi dopo la Grande Recessione. Il tema della domanda di partecipazione e della domanda di consumi e servizi da parte del pubblico pagante (e pensante) sarà sempre più centrale.