



ECONOMIA CULTURALE: UN PONTE TRA INNOVAZIONE, IDENTITÀ E SVILUPPO ECONOMICO

Daniele Menenti

Ufficio dell'analisi e del patrimonio culturale digitale, DECS

L'economia culturale rappresenta nel tessuto economico di un paese un tassello molto importante, non solo dal punto di vista strettamente economico, ma anche da quello più sociale, di costruzione di un'identità nazionale e culturale. Un qualunque approccio ad un'analisi statistica dell'economia culturale non può quindi fare astrazione dal contesto politico e dalle scelte di politica culturale che regolano il sostegno del settore. Non è possibile poi non tenere in considerazione la natura innovativa e, a volte, se non rivoluzionaria, almeno precorritrice delle tendenze culturali. Un ambito creativo e innovativo, capace di generare un importante valore aggiunto, ma confrontato anche a delle sfide costanti per la propria sopravvivenza e il proprio sviluppo.

Contesto politico

Il settore culturale ha acquisito negli ultimi decenni un'importanza e un ruolo sempre più grandi, anche in un'ottica istituzionale e di sostegno finanziario. Questo approccio ha conosciuto il suo punto di abbrivio nel 2012, con la stesura e con la relativa accettazione del primo Messaggio sulla cultura; gli intenti del Consiglio federale erano esplicitati chiaramente sin dal compendio.

“Il Consiglio federale si propone di salvaguardare la diversità culturale, migliorare l'accesso alla cultura e integrare nella politica culturale i temi connessi delle tradizioni culturali e della digitalizzazione. Inoltre, intende promuovere gli scambi culturali in Svizzera e con l'estero, rafforzare la cooperazione della Confederazione con i Cantoni, le città e i Comuni, nonché creare condizioni quadro favorevoli alla cultura”¹.

Questo primo riuscito tentativo di codificare e di regolamentare la strategia di politica culturale della Confederazione ha segnato una pietra miliare nella gestione della cultura e del suo sostegno; il vero punto di riferimento è però rappresentato dal successivo momento legislativo con la stesura del messaggio sulla cultura per il periodo 2016-2020.

“Considerate le sfide che scaturiscono per la politica culturale segnatamente dalla globalizzazione, dalla digitalizzazione, dal cambiamento demografico, dall'individualizzazione e

dall'urbanizzazione, la politica di promozione della Confederazione dei prossimi anni dovrà articolarsi ed essere attuata mediante varie misure lungo i tre assi d'azione «partecipazione culturale», «coesione sociale» e «creazione e innovazione». Il Consiglio federale prevede inoltre di intensificare la collaborazione tra la Confederazione, i Cantoni, le Città e i Comuni in materia di politica culturale e di sviluppare gli approcci esistenti per una «politica culturale»².

Il cambiamento strutturale è evidente, dalla definizione di obiettivi, si passa ad una più incisiva presentazione di assi d'azione, inclusivi di una maggiore riflessione sulle sfide che le trasformazioni della società impongono anche al mondo della cultura: globalizzazione, digitalizzazione, cambiamento demografico, individualizzazione e urbanizzazione.

Particolarmente rilevante nell'ottica della nostra riflessione si considera il terzo asse portante: creazione e innovazione.

“Creazione e innovazione: la cultura possiede un grande potenziale d'impatto positivo sulla creatività e la forza innovatrice di uno Stato e la sua immagine all'estero. La produzione artistica e culturale è quindi un importante laboratorio di sperimentazione per le questioni del futuro e può innescare processi di innovazione e rinnovamento. Nel periodo 2016-2020, la Confederazione vuole rafforzare la creazione e l'innovazione in ambito culturale mediante le

¹ Messaggio concernente la promozione della cultura negli anni 2012-2015 (Messaggio sulla cultura).

² Messaggio concernente la promozione della cultura negli anni 2016-2020 (Messaggio sulla cultura).



foto: Tl Press / Alessandro Crimari

seguenti misure: approfondire la già sperimentata cooperazione tra promozione culturale, industria e promozione economica e dell'innovazione nel design e nei media digitali interattivi, introdurre la promozione legata alla sede di produzione nell'ambito della produzione cinematografica fissando incentivi finanziari per incoraggiare i film svizzeri e le coproduzioni svizzere a produrre maggiormente in Svizzera e a generarvi così il loro valore aggiunto”³.

Leggendo queste affermazioni, si comprende come l'ambito delle politiche culturali coinvolga nella sua analisi non solo la questione prettamente culturale, ma abbia anche delle dentellature sociali ed economiche: la cultura è finalmente riconosciuta come volano identitario e sociale.

Le politiche culturali possono quindi influire sulle forme di identità e di appartenenza collettiva all'interno della società. Ad esempio, la promozione di una particolare cultura nazionale o regionale può contribuire a rafforzare il senso di appartenenza a una comunità e a definire una specifica identità culturale. Perché la cultura ha un ruolo centrale nella creazione di comunità coese, nell'enfatizzare l'identità e nell'aprire opportunità per il dialogo interculturale, oltre ad essere un motore economico. In questo contesto si sviluppano anche delle figure professionali che, per quanto circoscritte ad un ambito definito, spingono la loro creatività verso nuove idee, nuove tecnologie e nuovi contenuti.

Questa linea direttrice ha ricevuto un ulteriore slancio nella legislatura corrente, il messaggio 2021-2024 riprende infatti completamente le proposte di azione e le idee già presenti nel

messaggio 2016-2020. Le misure messe in atto sono state confermate e sviluppate ed anche la cifra ritenuta necessaria per la realizzazione è in proporzione maggiore rispetto ai periodi precedenti, quantomeno in termini assoluti.

Quali sono quindi le prospettive della politica culturale elvetica per l'ultimo anno di legislatura? Non ci sono grandi variazioni rispetto al passato; gli assi portanti e i megatrend individuati nel messaggio 16-20 rimangono al centro delle riflessioni, anche perché le sfide che affrontano e che pongono sono tuttora valide, si assiste dunque a una sostanziale continuità programmatica.

La visione politica però è già proiettata al messaggio sulla cultura per gli anni 2025-2028, lo stesso verrà sottoposto al Consiglio federale nella primavera del 2023 e poi sarà posto in consultazione ai vari portatori di interesse.

Un'ulteriore occasione per chiarire le tendenze della politica culturale della Confederazione si è presentata nel mese di agosto del 2022 al Locarno Film Festival, durante un incontro con la stampa, il Consigliere federale Alain Berset ha esposto i sei temi principali della futura politica culturale della Confederazione: maggiore flessibilità dei sistemi di promozione, gestione della trasformazione digitale, miglioramento delle condizioni lavorative, gestione del patrimonio culturale e sostenibilità e interazione tra i diversi enti promotori.

Il Consigliere federale ha evidenziato l'importanza della cultura per la nostra società, non ha però sottaciuto le problematiche tuttora presenti e che necessitano di una rapida presa a carico, in particolare insistendo sul miglioramento

³ Messaggio concernente la promozione della cultura negli anni 2016-2020 (Messaggio sulla cultura).

delle condizioni lavorative degli operatori culturali nonché sul superamento delle differenze di genere, sia per quanto riguarda i salari, sia per quanto riguarda la presenza femminile nelle posizioni dirigenziali.

Economia culturale

Quando ci si dedica ad una riflessione sul rapporto fra cultura e economia, in primo luogo è necessario chinarsi su cosa si intende per cultura, in particolare in relazione alle svariate definizioni che possono essere coniate. In questo contesto, ci si riferirà a quella definita dall'UNESCO durante la Conferenza mondiale sulle politiche culturali organizzata a Città del Messico dal 26 luglio al 6 agosto 1982:

“La cultura in senso lato può essere considerata come l'insieme degli aspetti spirituali, materiali, intellettuali ed emozionali unici nel loro genere che contraddistinguono una società o un gruppo sociale. Essa non comprende solo l'arte e la letteratura, ma anche i modi di vita, i diritti fondamentali degli esseri umani, i sistemi di valori, le tradizioni e le credenze”⁴.

Essa comprende quindi una vasta gamma di elementi che possono includere la lingua, l'arte, la religione, la musica, l'architettura, la gastronomia, la moda, le festività, le leggi e le istituzioni.

La cultura non è statica, ma è in continua evoluzione e mutamento, influenzata da vari fattori come il tempo, lo spazio, la tecnologia, la migrazione e l'interazione con altre culture. Ogni cultura ha le sue caratteristiche uniche che la distinguono dalle altre, ma allo stesso tempo, molte culture possono condividere alcune caratteristiche e influenzarsi reciprocamente.

La cultura può essere vista come uno strumento per arricchire la nostra conoscenza del mondo, ampliare la nostra comprensione delle diverse prospettive, rafforzare la nostra identità e migliorare la nostra capacità di comunicare e interagire con gli altri. Inoltre può fornire un'importante fonte di divertimento, intrattenimento e arricchimento personale. La cultura è quindi un elemento fondamentale della vita umana e della



foto: Tl Press / Samuel Galay

società, che ci aiuta a definire chi siamo, da dove veniamo e dove vogliamo andare.

È quindi inevitabile ragionare anche sulla dicotomia fra cultura ed economia; per quanto sia pacifico che il fine della cultura non è di essere redditizio, non si può non considerare che il settore culturale rappresenti anche un ambito economico: non solo come prodotto, ma anche come contesto professionale che impiega lavoratori e che genera un profitto.

“La cultura è diventata una risorsa economica importante, grazie alla globalizzazione e all'espansione del mercato dei beni culturali. Ciò ha portato alla creazione di nuove industrie culturali e alla trasformazione del lavoro creativo in un'attività economica”⁵.

⁴ Conferenza mondiale sulle politiche culturali. Rapporto finale della conferenza internazionale organizzata dall'UNESCO a Città del Messico dal 26 luglio al 6 agosto 1982. Pubblicato dalla Commissione UNESCO tedesca. Monaco di Baviera: K. G. Saur 1983 (Rapporti delle conferenze dell'UNESCO, n. 5), p. 121.

⁵ Richard Florida, L'ascesa della nuova classe creativa. Stile di vita, valori e professioni, 2002.

La dichiarazione di Richard Florida riflette la crescente importanza della cultura come risorsa economica, e il ruolo che la globalizzazione e l'espansione del mercato dei beni culturali hanno avuto in questo processo.

L'idea che la cultura possa essere una risorsa economica importante non è nuova, ma il suo impatto sull'economia globale è diventato sempre più evidente negli ultimi decenni. La globalizzazione ha permesso di diffondere la cultura e i beni culturali in tutto il mondo, creando nuove opportunità per l'industria culturale e per coloro che lavorano nel campo della creatività.

Ciò ha portato alla creazione di nuove attività culturali, come l'industria cinematografica, musicale, dei videogiochi, dell'arte e del design, che hanno generato nuovi posti di lavoro e hanno contribuito alla crescita economica. Inoltre, la cultura è diventata un'attrazione turistica importante, con molte città che si promuovono come centri culturali per attirare visitatori e generare reddito.

Tuttavia, questa trasformazione del lavoro creativo in un'attività economica ha anche sollevato alcune questioni. Ad esempio, la natura del lavoro creativo può essere molto diversa dal lavoro tradizionale, e i creatori possono avere difficoltà a trovare un equilibrio tra l'aspetto creativo e l'aspetto commerciale del loro lavoro. Inoltre, ci sono preoccupazioni riguardo alla proprietà intellettuale e alla giustizia economica per i lavoratori creativi.

In generale, comunque, la cultura continua a svolgere un ruolo importante nell'economia globale e ci si aspetta che continui a farlo in futuro.

L'economia culturale si occupa del valore economico e dei posti di lavoro creati dall'attività culturale.

La definizione di economia culturale utilizzata dall'UST è orientata alle linee guida di Eurostat, stabilite nel 2012 e nel 2018. Esse si basano su una concezione piuttosto tradizionale di cultura, ma ampliata per includere i settori in cui la creatività svolge un ruolo chiave (ad es. l'architettura, l'industria dei videogiochi, l'artigianato artistico e la pubblicità). In questa definizione la



cultura viene intesa in senso più stretto rispetto all'approccio più ampio dell'economia creativa, che comprende anche i settori dell'informatica, del software e del marketing.

Dal momento che si tratta di uno strumento funzionale alla ricerca di statistiche, l'UST riprende anche la classificazione degli undici ambiti culturali che, dal punto di vista statistico, fanno parte della cultura e, in secondo luogo, dell'economia culturale.

1. Patrimonio culturale (musei e monumenti)
2. Archivi
3. Biblioteche
4. Libri e stampa
5. Arti visive
6. Arti sceniche
7. Audiovisivo e multimedia
8. Architettura
9. Pubblicità
10. Artigianato d'arte
11. Formazione culturale

L'economia culturale in Svizzera è un settore importante dell'economia nazionale e contribuisce significativamente alla ricchezza culturale e sociale del paese.

Dal punto di vista statistico, essa può essere analizzata ponendo l'attenzione su due aspetti, differenti ma complementari: da un lato focalizzando lo sguardo sulle imprese culturali attive negli undici ambiti presi in considerazione, dall'altro concentrando invece l'interesse sulle persone impiegate nei vari settori. Si deve poi apprezzare anche l'impatto complessivo dell'economia della cultura sul totale economico della Confederazione e, di conseguenza, sui singoli Cantoni.

Nel 2020, primo anno di pandemia e del suo impatto in particolare sul contesto culturale, il settore culturale ha generato un valore aggiunto nominale di 14,7 miliardi di franchi, pari al 2,1% del prodotto interno lordo. Nel 2019 il valore aggiunto nominale si elevava a 15,5 miliardi di franchi, pari al 2,1% del PIL, bisogna però considerare che queste cifre non possono essere messe a confronto in quanto l'indice dei prezzi utilizzato per estrapolarle è legato a ogni periodo di riferimento e varia di conseguenza di anno in anno.⁶

Imprese e filiali in Svizzera

Nel 2020, il settore culturale ha recitato un ruolo significativo nell'economia nazionale, con la presenza di 63.943 aziende e 66.396 sedi (filiali). Queste cifre rappresentano circa il 10,4% delle imprese e il 9,6% delle sedi dell'intera economia nazionale, che contava 616.787 imprese e 694.851 sedi in totale.

Sebbene il settore culturale rappresenti solo una percentuale relativamente piccola dell'economia nazionale, esso ha un impatto significativo sulla vita culturale del paese e sulla sua immagine a livello internazionale.

È interessante notare che la quasi totalità delle aziende culturali (circa il 98,9%) ha un solo punto vendita o una sola sede. Ciò suggerisce che le aziende culturali possono essere più piccole e focalizzate rispetto ad altre industrie che possono avere filiali e sedi multiple in diverse parti del paese o del mondo.

A livello svizzero, in termini percentuali rispetto al totale delle imprese e istituzioni culturali, i settori culturali più diffusi sono le arti

visive, che rappresentano circa il 31,3% delle imprese e il 30,2% delle istituzioni e l'architettura, che rappresenta circa il 20,9% delle imprese e il 20,5% delle istituzioni nel settore. Gli altri ambiti sono meno presenti sul territorio, anche se le arti sceniche e il settore dei libri e della stampa corrispondono al 15,3%, rispettivamente al 11,5% delle imprese e al 14,9%, rispettivamente al 12,6% delle filiali sul totale.

Un ruolo importante è anche svolto dalla formazione culturale che rappresenta circa il 6,5% delle imprese e il 6,6% delle istituzioni nel settore culturale.

In generale, il settore culturale in Svizzera è presente in modo capillare sul territorio, con un numero significativo di imprese e stabilimenti. Tuttavia, è importante notare che alcuni settori, come ad esempio le arti visive e l'architettura, hanno una presenza particolarmente elevata, con un grande numero di imprese e filiali. Altri settori, come l'artigianato d'arte e la pubblicità, hanno una presenza più limitata, con un numero inferiore di imprese e istituzioni. In generale, quindi, il settore culturale in Svizzera è vario e dinamico e presenta un'ampia gamma di attività.

Questi dati indicano che i settori culturali più diffusi in Svizzera sono le arti visive e l'architettura, seguiti da libri e stampa e dalle arti sceniche. La formazione culturale, ovvero l'istruzione culturale – un settore trasversale – rappresenta una percentuale significativa di imprese e istituzioni all'interno del settore culturale, ma in proporzione è meno rappresentativo rispetto agli altri settori sopracitati.

Nondimeno, va precisato che questa maggiore diffusione non implica necessariamente anche una maggiore rilevanza economica del settore specifico rispetto agli altri, che potrebbero avere fatturati maggiori o occupare un ruolo più rilevante nella produzione culturale e artistica del paese.

Lavoratori in Svizzera

Spostando l'attenzione sui lavoratori, è importante anche in questo caso fornire delle definizioni su cosa si intende per lavoratore nell'am-

⁶ <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport/culture/economie-culturelle.html>.

bito culturale in un concetto statistico, anche perché vi sono delle sfumature di significato. Possiamo riconoscere tre categorie: persone che svolgono una professione culturale nel settore culturale; persone che svolgono una professione culturale in un settore non culturale e persone che esercitano una professione non culturale in ambito culturale [T. 1].

Occorre poi distinguere anche le persone attive dagli addetti. Le persone attive sono coloro che compongono l'insieme degli occupati e dei disoccupati. Le persone attive costituiscono l'offerta di lavoro. Gli addetti invece sono tutte le persone occupate nell'azienda, inclusi i titolari, i direttori, i gerenti, gli apprendisti, gli ausiliari, i collaboratori esterni, i collaboratori pensionati, i lavoratori a domicilio e i collaboratori familiari. Il numero di addetti censiti corrisponde pertanto al numero di posti di lavoro occupati.

Osservando la percentuale dei lavoratori culturali, si nota che le tre categorie rappresentano ognuna un terzo del totale, sommando per ambito o per professione, circa 2/3 dei lavoratori svolge una professione culturale e, parallelamente, una proporzione simile è occupata in un ambito culturale. Complessivamente, nel 2021, i lavoratori impiegati direttamente o indirettamente nella cultura sono 281.041.

Nell'ottica dei settori culturali, le persone attive negli undici ambiti selezionati dall'UST raggiungono le 186.005 unità [T. 1]. A causa di un cambiamento metodologico, i dati a partire dal 2021 (compreso) non sono direttamente paragonabili alla serie precedente, tuttavia, si possono formulare alcune considerazioni: in primo luogo si nota che per trovare un'occupazione simile in termini assoluti è necessario tornare al 2010, in secondo luogo si constata che l'onda lunga della pandemia e dei suoi effetti sul settore culturale ha manifestato le sue conseguenze non tanto nel 2020, quanto nel 2021, infatti dal 2019 al 2020 la diminuzione del numero di persone attive si è attestata al 4%, mentre quella dal 2020 al 2021, in termini assoluti di 18.000 unità, è più del doppio in termini percentuali, raggiungendo il 9% [T. 2]. Per poter confrontare i dati con una scientificità

T. 1

Persone attive nel settore culturale, secondo la tipologia di professione, in Svizzera, 2019-2021¹

	2019	2020	2021
Professioni culturali nel settore culturale	98.982	97.704	89.990
Professioni culturali al di fuori del settore culturale	100.227	93.383	95.036
Professioni non culturali nel settore culturale	112.973	106.552	96.016
Totale	312.182	297.640	281.041

¹ A causa di un cambiamento metodologico, i dati a partire dal 2021 (compreso) non sono direttamente paragonabili con le serie precedenti.

Fonte: UST

T. 2

Persone attive nel settore culturale, secondo l'ambito tematico, in Svizzera, 2019-2021¹

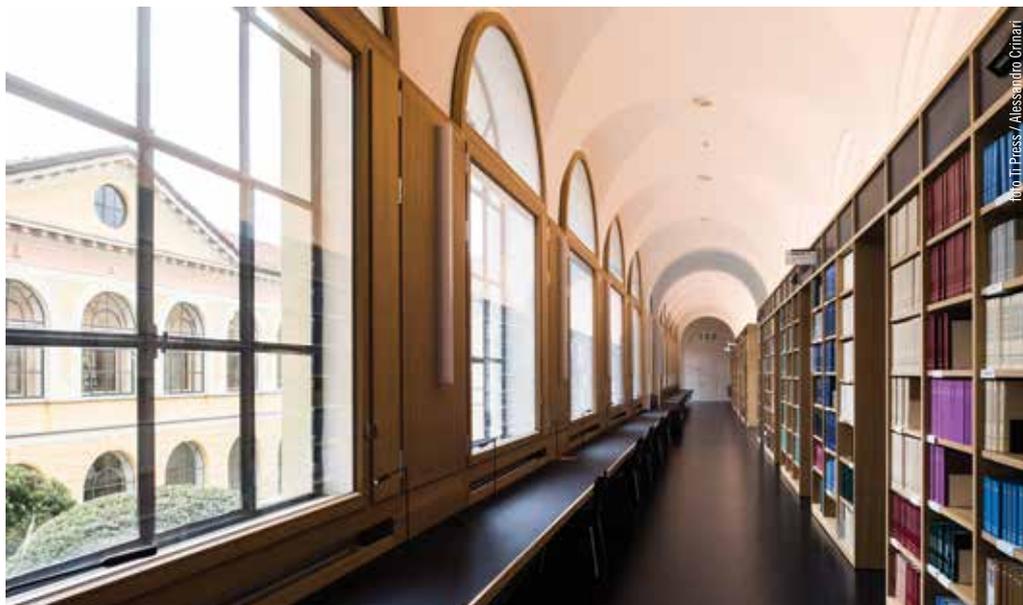
	2019	2020	2021
Patrimonio culturale	7.131	6.759	8.714
Archivi/ Biblioteche	7.549	7.618	7.858
Libri e stampa	49.849	43.076	37.354
Arti visive	30.121	30.018	24.258
Arti sceniche	11.915	13.733	13.550
Audiovisivo e multimedia	18.259	18.332	17.082
Architettura	58.439	53.850	47.869
Pubblicità	10.979	14.465	15.499
Artigianato d'arte	2.715	3.296	2.349
Formazione culturale	14.997	13.110	11.474
Totale	213.974	204.256	186.005

¹ A causa di un cambiamento metodologico, i dati a partire dal 2021 (compreso) non sono direttamente paragonabili con le serie precedenti.

Fonte: UST

maggiore, sarà necessario attendere comunque ancora qualche anno.

Concentrando l'attenzione sui posti di lavoro disponibili nei vari ambiti, secondo le statistiche pubblicate dall'UST nel 2020, le differenze sono evidenti così come si può notare che esiste una discrepanza tra il numero di addetti e il numero di imprese. Si ricava inoltre che le diverse attività sviluppano delle proporzioni mutevoli nel numero di addetti medi per impresa [F. 1]. Se in Svizzera l'architettura risulta essere l'ambito con il maggior numero di addetti seguito dal settore dei libri e della stampa, la presenza più grande di imprese diffuse sul territorio è di appannaggio delle arti visive: interessante è anche la considerazione che, escludendo i settori del patrimonio e degli archivi/biblioteche, le imprese culturali

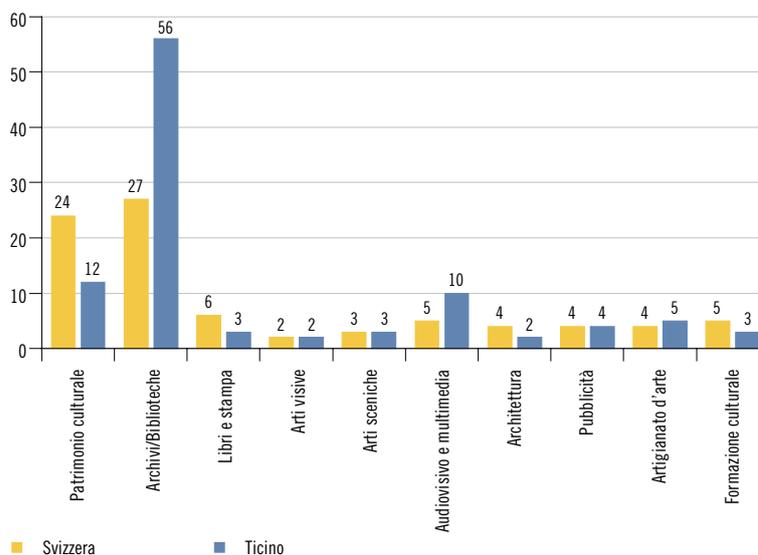


sono molto piccole, e, proprio per questa loro natura, più capillari nel territorio nazionale.

Osservando la situazione professionale dal punto di vista delle differenze di genere, pur evidenziando come il settore culturale rimanga un ambito professionale più aperto all'impiego femminile rispetto all'economia nella sua totalità, si riscontra come siano state le donne a pagare il prezzo maggiore del calo dei posti di lavoro. Infatti la quota di presenza femminile nel settore culturale è diminuita in termini assoluti e in termini percentuali maggiormente rispetto a quella maschile, questo si spiega anche con le differenti posizioni che uomini e donne rivestono all'interno dell'organigramma delle imprese culturali: dal punto di vista gerarchico sono infatti gli uomini a rivestire più spesso delle cariche dirigenziali. Circa il 40% degli uomini tra i lavoratori culturali ha ricoperto nel periodo 2017-2021 (raggruppamento dei dati su 5 anni) una posizione dirigenziale o esecutiva, contro il 26% delle donne. Il divario è particolarmente marcato in alcuni settori culturali, in particolare nelle Arti dello spettacolo e nei settori del Libro e della stampa (entrambi con uno scarto di 12 punti percentuali), nel Patrimonio culturale (13 punti percentuali) nell'Insegnamento culturale (14 punti percentuali) e, in modo significativo, nell'Architettura (19 punti percentuali). Sono possibili poi anche altre considerazioni, in particolare pur essendo la percentuale di donne che lavorano a tempo pieno in proporzione minore rispetto agli uomini, la perdita di posti di lavoro in questa categoria è in termini assoluti praticamente identica. Un discorso simile si può fare anche per gli addetti a tempo parziale; globalmente in tutte le fasce di impiego la presenza femminile si è ridotta [F. 2].

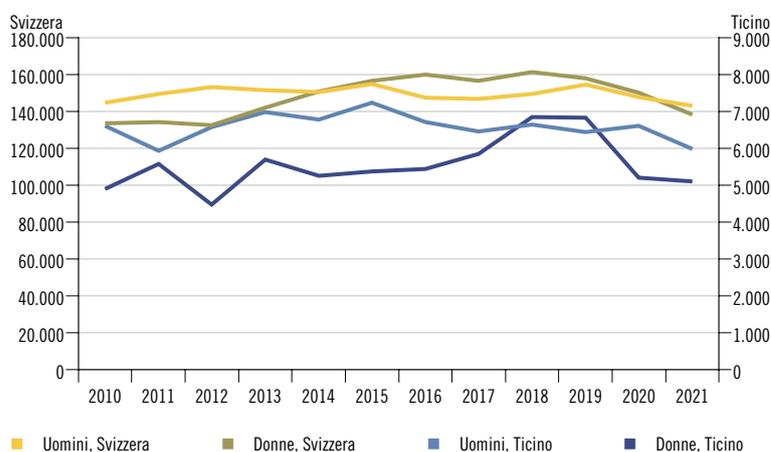
Alla luce di queste valutazioni, assume ancor maggior rilievo il richiamo ad una più accurata attenzione alla parità di genere auspicata da Alain Berset durante l'incontro con la stampa del 4 agosto 2022 a Locarno.

F. 1
Numero medio di addetti per impresa nel settore culturale, secondo l'ambito tematico, in Svizzera e in Ticino, nel 2020



Fonte: UST

F. 2
Persone attive nel settore culturale, secondo il sesso, in Svizzera e in Ticino, dal 2010*



* A causa di un cambiamento metodologico, i dati a partire dal 2021 (compreso) non sono direttamente paragonabili con le serie precedenti.

Fonte: UST



foto: Il Press / Pablo Gianinazzi

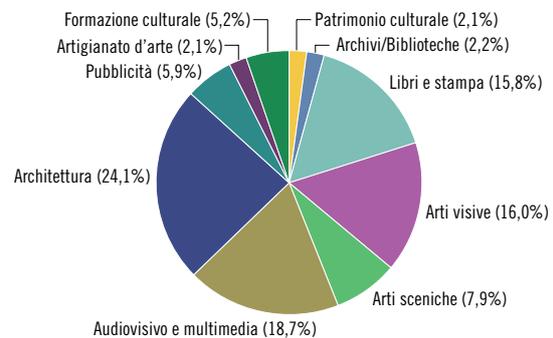
La situazione ticinese

La stretta relazione esistente fra cultura e economia a livello globale e nazionale, coinvolge anche le realtà geografiche e regionali come il Cantone Ticino. A questo riguardo può essere utile rammentare lo studio realizzato *ad hoc* dal Bak Basel nel 2021 che ha indagato l'impatto economico della cultura sul contesto economico del cantone giungendo alla conclusione che per ogni franco pubblico investito nel settore culturale in Ticino se ne generano 2,58 tra indotto e valore aggiunto.

La realtà ticinese presenta delle analogie con quella svizzera pur mantenendo le proprie peculiarità legate alle caratteristiche territoriali e sociali. Dal punto di vista della diffusione assoluta e proporzionale delle imprese nella Svizzera italiana, il settore delle arti visive mantiene una prevalenza assoluta e percentuale attestandosi su una proporzione molto simile fra Svizzera e Svizzera italiana. Le differenze sono presenti invece in alcuni degli altri ambiti, in particolare dal punto di vista percentuale: fra questi spicca come evidente discrepanza l'ambito dell'architettura, infatti, se in termini assoluti questo settore si pone al secondo posto, sia a livello regionale, sia nazionale, la distanza fra le due realtà emerge però fragorosa nel confronto delle percentuali, infatti se il settore nel contesto nazionale raggiunge il 20%, nella Svizzera, nella Svizzera italiana l'architettura insidia invece il primato delle arti visive sfiorando il 29% del totale delle imprese culturali operanti sul territorio. Sicuramente la fama del-

F.3

Addetti nel settore culturale (in % sul totale del settore), secondo l'ambito tematico, in Ticino, nel 2020



Fonte: UST

la tradizionale scuola ticinese riveste un ruolo importante nella presenza di un grande numero di studi di architettura, così come l'attrazione esercitata dalla rinomata Accademia di Architettura di Mendrisio. Rimarrebbe da analizzare la differente tendenza alla costruzione in Ticino e in Svizzera, sia in termini di nuove costruzioni, sia in termini di ristrutturazioni.

In posizione antitetica si trovano invece le arti sceniche: in percentuale, confrontando i dati svizzeri e regionali, la presenza di imprese nella Svizzera italiana non raggiunge il 9%, nettamente inferiore al 15% a livello nazionale [F.3].

Dal punto di vista dei posti di lavoro, l'architettura accoglie il numero maggiore di addetti, sia in termini assoluti con 2.488, sia in termini percentuali, con il 24,1% [F.3]. Una riflessione si può compiere sull'ambito audiovisivo, in parti-

T. 3

Imprese e addetti nel settore culturale, secondo l'ambito tematico, in Svizzera e in Ticino, nel 2020

	Svizzera		Addetti per impresa	Ticino		Addetti per impresa
	Addetti	Imprese		Addetti	Imprese	
Patrimonio culturale	7.067	289	24,5	220	18	12,2
Archivi/Biblioteche	5.970	224	26,7	223	4	55,8
Libri e stampa	45.230	7.372	6,1	1.636	511	3,2
Arti visive	30.163	19.971	1,5	1.658	1.047	1,6
Arti sceniche	24.762	9.804	2,5	810	314	2,6
Audiovisivo e multimedia	20.236	3.788	5,3	1.938	193	10,0
Architettura	54.632	13.372	4,1	2.488	1.037	2,4
Pubblicità	16.810	3.940	4,3	605	168	3,6
Artigianato d'arte	3.759	1.032	3,6	220	47	4,7
Formazione culturale	20.452	4.151	4,9	542	175	3,1
Totale settore culturale	229.081	63.943	3,6	10.340	3.514	2,9

Fonte: UST

colare concentrandosi sul rapporto fra numero di addetti e imprese operanti nel settore: nel 2020 i posti di lavoro occupati in questo ambito erano 1938, il secondo settore per occupazione in Ticino, la discrepanza emerge per contro con il numero di imprese, solo 193, queste due cifre dimostrano empiricamente che l'audiovisivo, contrariamente all'architettura impiega un numero medio di addetti per imprese superiore, le imprese sono quindi più grandi. In questo contesto il paragone fra la realtà nazionale e quella regionale fornisce altri elementi di analisi: in un panorama di sostanziale equilibrio, sfuggono i primi due ambiti, per risultati antitetici, nel settore del patrimonio culturale, gli addetti per impresa in Svizzera sono esattamente il doppio di quelli del Ticino (24 e 12), e la situazione si rovescia completamente per quanto riguarda invece le biblioteche, 56 per il Ticino e 27 per il resto della Svizzera [F. 1].

Per concludere l'analisi dei dati sugli impieghi, vale la pena considerare la questione di genere anche nell'ottica ticinese, il trend riscontrato nel contesto nazionale trova conferma anche in quello regionale, infatti il numero delle lavoratrici è diminuito in maniera molto più rilevante rispetto alla riduzione dei posti di lavoro ad appannaggio maschile, ancor più interessante è la considerazione che si può proporre ampliando lo sguardo agli anni precedenti. Nel 2018, per la prima volta dal 2010, le persone attive nell'ambito culturale in Ticino erano a maggioranza femminile, questa tendenza si è confermata nel 2019 e tutto lascia supporre che questo orientamento potesse proseguire. Malauratamente la deflagrante realtà pandemica ha rivoluzionato il settore e, come si evince chiaramente dai dati, la manodopera femminile ne ha pagato palesemente il prezzo. Nel 2019 le donne attive erano 6.825, numero crollato a 5.194 nel 2020, un crollo pari al 24%; paragonando il dato con la realtà nazionale, si nota come la diminuzione sia stata per contro, nello stesso periodo, solamente del 5% [F. 2].

Esperienze ticinesi

L'economia culturale è legata a doppio filo con il concetto di creatività; è soprattutto in questo contesto che si sviluppano le nuove concezioni di esperienza culturale, al passo con i tempi e con l'evoluzione degli stessi, dei supporti tecnologici per creare e per fruire delle attività culturali. Fra gli ambiti in chiaro sviluppo si inserisce prepotentemente quello del digitale e anche il Ticino ha saputo cogliere le sfide della digitalizzazione e dei nuovi segmenti di mercato. Interessante a questo soggetto è il settore dei videogiochi, un settore che ai profani potrebbe sembrare di nicchia o di recente sviluppo, ma che invece è attivo da ormai quasi un trentennio. La realtà internazionale e quella ticinese non sembrano però muoversi sullo stesso piano, come conferma Stefano Maccarinelli, creatore di videogiochi e co-fondatore della Stalex Software con cui ha già raccolto lusinghieri successi, come quello riscosso con il progetto "Castello Visconteo di Locarno", volto al rilancio del maniero ticinese facendo capo alla realtà virtuale e al potere evocativo della stessa forza, un progetto che nel 2021 è entrato nella rosa degli Swiss Game Award quale "Serious Game" dell'anno, vincendo il premio "Audience Choice". *"Nonostante siano trascorsi diversi anni (dall'arrivo della Playstation in Europa N.d.A.), ancora oggi non si vive di sola creazione digitale"*. Le problematiche ravvisate da Maccarinelli sono svariate, in particolare legate alla formazione e al finanziamento. *"Quando abbiamo iniziato, nel Duemila non avevamo molto a disposizione, non c'era un percorso formativo specifico per la creazione dei giochi, quindi abbiamo dovuto partire praticamente da zero. Ci guardavano spesso con un po' di sufficienza e non venivamo presi sul serio"*.

Ora però la situazione è evoluta positivamente, il sostegno politico e quello finanziario, in particolare tramite Pro Helvetia, permettono ai giovani talenti emergenti di partecipare a concorsi per la realizzazione di progetti innovativi. Però il Ticino rimane un territorio in cui non è

facile riuscire a “fare impresa” nel settore dei videogiochi, come conferma Maccarinelli. *“È molto difficile, ma non impossibile, dipende dai finanziamenti che si riescono a ottenere, non bisognerebbe tuttavia dimenticare che a livello mondiale l’industria dei videogiochi genera una cifra d’affari addirittura superiore a quelle del cinema e della musica, e soprattutto in Svizzera, una nazione notoriamente restia al rischio, sarebbe necessario avere un po’ più la voglia di osare. La situazione sta migliorando, in particolare a Zurigo dove sono nate diverse scuole di formazione in questo ambito”.*

Un altro esempio della realtà culturale e creativa ticinese viene da un ambito molto diverso, quello museale. Le istituzioni artistiche della regione del Mendrisiotto, tra cui il Museo Vincenzo Vela, la Pinacoteca Giovanni Züst, il m.a.x. museo a Chiasso, il Museo d’arte Mendrisio e il Teatro dell’architettura Mendrisio, hanno scelto di collaborare tra loro per creare una rete che favorisca la sinergia tra le diverse realtà culturali. Attraverso un’azione coordinata, si mira a sottolineare la complementarietà delle istituzioni e la loro appartenenza geografica comune, per promuovere una maggiore valorizzazione dell’arte nella zona.

Dopo il sito internet (<https://museidartemendrisiotto.ch/>) e una carta comune che consente l’accesso a prezzo ridotto, è ora disponibile anche l’audioguida smARTravel che propone un viaggio – nel tempo e nello spazio – alla (ri) scoperta degli artisti, dei mecenati, degli architetti e dei collezionisti che hanno portato alla nascita dei cinque musei. È una sorta di catalogo multimediale, con aneddoti e fotografie che, con l’ausilio di una mappa interattiva, permette di effettuare il percorso sia fisicamente sia virtualmente, a distanza. smARTravel è una app multimediale per smartphone gratuita, realizzata dalla startup ticinese Alsaro col sostegno dell’Ente Regionale per lo Sviluppo del Mendrisiotto e Basso Ceresio.

L’utilizzo delle applicazioni digitali nell’ambito delle visite museali, ma non solo, ha rappresentato e rappresenta tuttora un’opportunità

di sviluppo per Alsaro, Alessandro D’Amato, direttore della startup, sottolinea come le possibilità di implementazione abbiano avuto una grande espansione in particolare durante il periodo pandemico, anche se il ritorno alla normalità abbia poi bloccato questa evoluzione.

“Sì, all’inizio abbiamo creduto che ci potesse essere una rivalutazione della creatività digitale in ambito culturale, ma così non è stato, per tutta una serie di fattori negativi quali ad esempio, la mancanza di competenze o l’estrema lentezza nell’adozione di certe opportunità offerte dalla tecnologia. Competenze e opportunità emerse o riscoperte, tra l’altro, proprio durante le chiusure forzate. È stato il caso dei tour virtuali, a 360 gradi, ideati un ventennio fa: letteralmente tolti e rimessi nei cassetti appena le restrizioni sono cessate. Varrebbe comunque la pena analizzare il numero delle visite virtuali effettuate nei musei durante i mesi di chiusura per capire dove e come migliorare”.

Per D’Amato l’unica soluzione per raccogliere consensi e utili è sviluppare il concetto di rete digitale.

*“Il settore legato alla cultura al momento non è super-redditizio, nonostante le nostre maggiori entrate provengano dalle consulenze e dai servizi forniti a molti musei. Come per diversi altri ambiti, anche questo settore ha un grande potenziale da estendere oltre i “confini” locali. Infatti, come avvenuto con l’apparato museale MAM, stiamo insistendo sul concetto di rete riprendendo il motto “l’unione fa la forza. Questa rete potrebbe dare visibilità (e dunque notorietà) anche a quelle offerte culturali discoste dai principali centri d’attrazione – conclude Alessandro D’Amato –. Potremmo riuscire a intercettare nuove nicchie di interessi e, di riflesso, di pubblico – senza distinzione tra turisti o locali – che ci consentirebbero di valorizzare il nostro territorio. In questo modo riusciremmo a rendere la cultura accessibile a tutti, come è giusto che sia: un bene collettivo”*⁷.

Si può concludere affermando che il settore culturale è sicuramente in fermento, è attivo, ma palesa ancora specifiche fragilità, come è stato

⁷ Interviste realizzate da Maura Käppeli, collaboratrice scientifica dell’Ufficio del sostegno alla cultura, DECS.

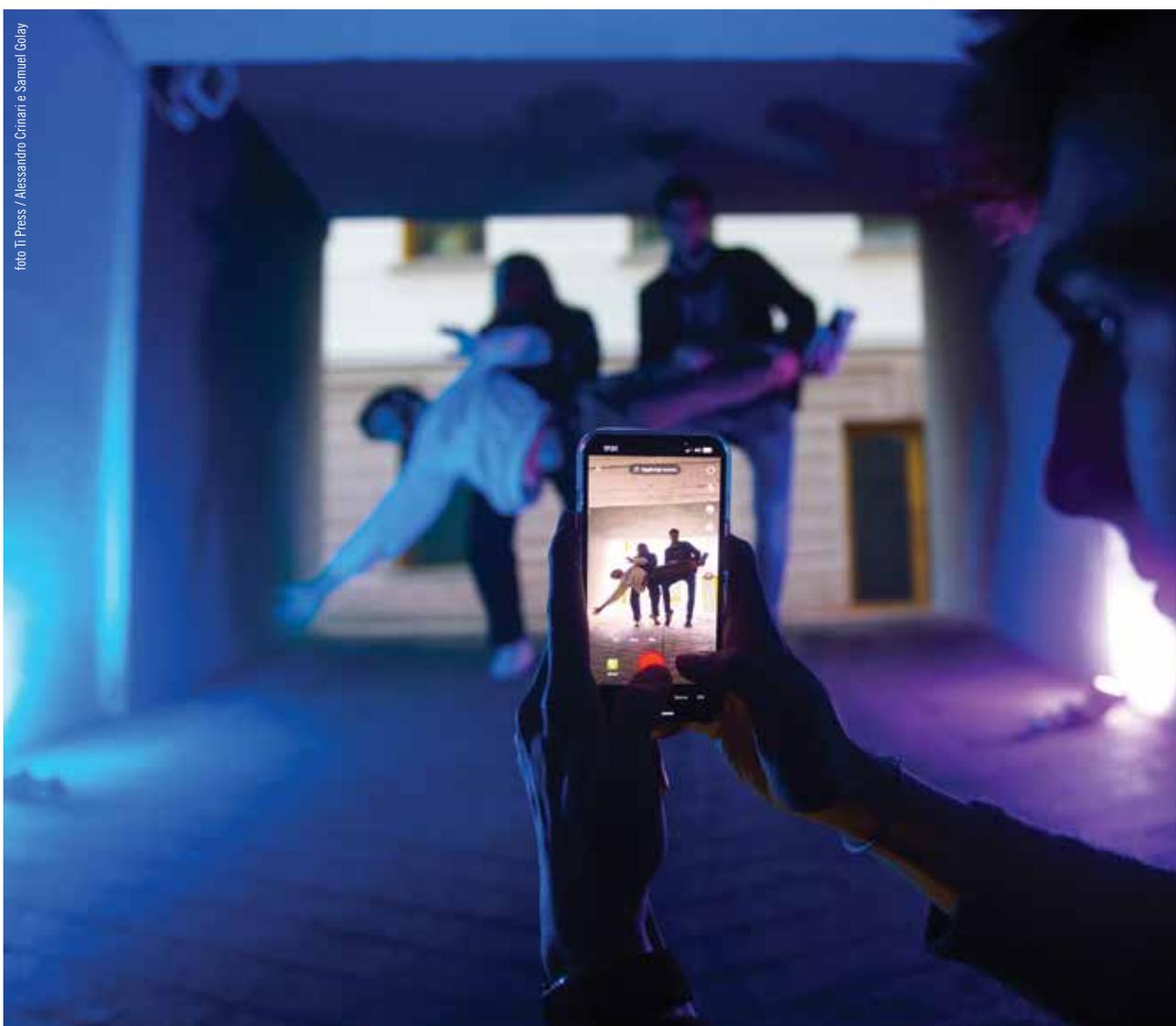


foto: Tl Press / Alessandro Crinari e Samuel Galay

dimostrato durante il periodo delle chiusure dovute alla pandemia.

L'economia culturale in Svizzera è fortemente influenzata dal sostegno politico, che gioca un ruolo cruciale nella creazione di un ambiente favorevole all'innovazione e alla creatività, il sostegno si coniuga ai tre livelli istituzionali; Confederazione, Cantone e Comune. Non si possono poi sottacere le forme di aiuto privato, in particolare si pensa alle sovvenzioni e ai contributi

di fondazioni e imprese private. Il successo del settore passa anche tramite la diffusione della cultura nella società. Non bisogna infatti mai dimenticare che la cultura rappresenta un volano di sviluppo creativo e di crescita economica, in grado di generare nuove idee, progetti e imprese, fornendo così un importante contributo alla prosperità del paese ed è quindi necessario insistere sul suo sostegno.