

6 settembre 2021 14:50

[Ricerche Per La Cultura] La spesa per cultura e turismo delle famiglie



Come ogni anno, il Rapporto dell'Istat concentra in poco più di 250 pagine una quantità enorme di informazioni sulla situazione del Paese. Quest'anno, i dati descrivono la congiuntura economica e sociale, l'impatto demografico e le conseguenze sanitarie della pandemia, i divari e le disuguaglianze del capitale umano, e il sistema delle imprese, gli investimenti e l'ambiente alla vigilia del PNRR.

Di per sé, il Rapporto Istat esigerebbe una lettura lenta nella sua interezza, per apprezzare le tante trame che connettono in storie e processi le cifre. Ogni Rapporto è come un appuntamento con centinaia di misure di fenomeni di lunga data, che l'Istituto di statistica segue costantemente da decenni o di altri, nuovi, a volte emersi lentamente e manifestati con sintomi progressivi (come l'economia della conoscenza), a volte invece inattesi che hanno fatto irruzione con violenza dirompente.

Dei tanti fili della trama che i dati permettono di tessere, ne propongo qui uno, che parte dal dato della spesa per consumi finali delle famiglie. Nel 2020, leggiamo nel Rapporto, i consumi finali delle famiglie residenti sul territorio hanno subito un crollo di dimensioni mai registrate dal dopoguerra, con una diminuzione del 10,9 per cento che ne ha portato il valore a un livello di poco superiore a quello del 2009, e addirittura a quello del 1997 in termini di volume, ovvero al netto dell'effetto della variazione dei prezzi.

Ma la spesa per consumi finali sul territorio economico delle famiglie non residenti - quella, per intenderci, dei turisti che non sono venuti - ha registrato un crollo del 60 per cento, pari a circa 26,8 miliardi di euro. Buona parte di tale caduta non sarà recuperata nel 2021, e il Rapporto mostra la contrazione dei consumi finali dei turisti stranieri abbia comportato una riduzione complessiva del valore aggiunto di poco più di 23,5 miliardi di euro, pari all'1,5 per cento di quello dell'intera economia: circa 19,5 miliardi (l'1,2 per cento) in via diretta, 4 miliardi dovuti agli effetti indiretti di trasmissione sul resto del sistema produttivo. In termini occupazionali, questa minore attività, scrivono i ricercatori dell'Istat, si traduce in circa 450 mila unità di lavoro a tempo pieno in meno, pari al 2,0 per cento del totale.

Probabilmente ancor più del turismo, il settore culturale ha subito un colpo durissimo dalle misure di contenimento della pandemia. Nel 2020, cinema e spettacolo dal vivo hanno registrato appena 67 giorni di funzionamento ordinario, a fronte di 165 giorni di chiusura totale e di 133 giorni di riaperture in modalità contingentata. Musei e biblioteche hanno dovuto osservare 126 giorni di chiusura totale e 172 di riaperture parziali. Questo ha avuto un impatto soprattutto sui consumi culturali legati alla presenza fisica del pubblico nei luoghi del patrimonio (musei, spazi espositivi, gallerie) o dello spettacolo (cinema, teatri, sale per concerti).

Da marzo a giugno 2020, come appare dai dati SIAE, sono stati cancellati oltre un milione di eventi, pari a 52 milioni di ingressi e a 745 milioni di euro di spesa complessiva del pubblico (biglietti, abbonamenti e altre spese), che si è ridotta del 68% rispetto al 2019. La fase di riapertura contingentata (15 giugno-25 ottobre) ha permesso di produrre solo il 52% delle giornate di spettacolo che erano state offerte nel 2019 [1]. Non tutte le attività sono riuscite a ripartire e le riaperture, per l'andamento stop-and-go, la forte contrazione delle entrate dovute al contingentamento degli accessi, e per il contemporaneo aumento dei costi (sanificazioni e acquisto di dispositivi di protezione), non sono state in grado di assicurare il rientro economico degli operatori.

La casa è diventato il centro pressoché esclusivo del consumo culturale, che si è ulteriormente dematerializzato, spostandosi in larga misura sui contenuti digitali. Questo passaggio ha generato una offerta che in alcuni segmenti non è a pagamento, in altri è messa sul mercato a prezzi più bassi (come avviene per i libri o i film on demand). Una riduzione della spesa non significa quindi necessariamente riduzione dei consumi. Ad esempio, la maggior parte dei musei che hanno proposto contenuti e attività digitali lo ha fatto in forma gratuita. È stato, pertanto, possibile andare virtualmente al museo, peraltro senza limiti di orario, quasi sempre senza pagare il biglietto di ingresso, ogni volta che lo si desiderava.

La minore offerta culturale fondata sulla frequentazione fisica di luoghi come cinema, teatri, musei, sale da concerti ha avuto ripercussioni sulla spesa delle famiglie italiane, le quali, tradizionalmente, esprimono comunque consumi culturali piuttosto bassi. Se nel capitolo di spesa Servizi ricreativi e culturali non si considerano le spese per servizi ricreativi e sportivi (oltre a qualche voce che difficilmente può riferirsi a spesa culturale [2]), si ottiene una stima della spesa destinata all'acquisto di beni e servizi culturali in senso stretto. In termini assoluti, nel periodo fra il 2013 e il 2019, le unità familiari hanno destinato all'acquisto di beni e servizi culturali in senso stretto tra i 64 (nel 2013) e i 72 (nel 2016) euro al mese, a fronte di una spesa per il capitolo Servizi ricreativi e culturali tra i 121 (nel 2013 e 2014) e i 130 (nel 2016 e nel 2017) euro al mese. Nel 2020, contestualmente al calo generalizzato della spesa totale, si registra una picchiata, con la spesa per cultura che scende a 48 euro al mese e quella dell'intero capitolo a 93 euro.

Se i consumi culturali si rapportano alla spesa complessiva delle famiglie, il quadro che emerge, più che descrivere una brusca frenata, racconta però una permanente marginalità della spesa per cultura in senso stretto, con valori che nemmeno nel periodo di massima espansione hanno raggiunto il 3% della spesa totale, con oscillazioni di pochi decimi nel corso degli anni, passando da un massimo del 2,9% nel 2016 al 2,7% nel 2019, fino al 2,1% del 2020.

Se si ordinano i consumi in base alla regione di residenza della persona di riferimento della famiglia, al suo livello di istruzione e alla sua condizione professionale, le variazioni rispetto al valore percentuale medio nazionale di una spesa per beni e servizi culturali - che pesa nel 2020 per il 2,1% sulla spesa complessiva delle famiglie - sono significative.

Al livello territoriale, solo il Nord-Est mostra un piccolo vantaggio (tre decimi in più). Il Mezzogiorno e le Isole si collocano al di sotto della media, rispettivamente con l'1,7% e l'1,6%.

Tra le famiglie della Provincia autonoma di Bolzano si è registrata la contrazione più importante, con la quota di spesa per beni e servizi culturali sulla spesa totale passata dal 4,5% del 2013 al 3,2% del 2019, fino a crollare all'1,9% nel 2020. Trento, nello stesso periodo, ha invece mantenuto le posizioni, scendendo solo dal 3 al 2,5%. La Basilicata ha perduto in un anno più di quanto avesse guadagnato con la titolarità di Matera Capitale Europea della Cultura: partita da una percentuale di 1,8% nel 2013, nel 2019, anche grazie all'ingente investimento europeo e nazionale su produzione e consumo culturale, era arrivata al 2,3% (dall'1,7% dell'anno precedente), ma nel 2020 è rimbalzata all'indietro all'1,3%. Nelle Isole, la quota è scesa dal 2,2 all'1,6. Nel Sud, la Puglia è passata da 2,1 a 1,5 e la Calabria, che partiva da 2,1, arriva al valore più basso del Paese, l'1,4%.

Il Lazio si ritrova al punto dal quale era partito nel 2013 (2,1), dopo avere raggiunto il 3 nel 2016. L'Emilia-Romagna è andata un po' indietro: dal 2,9 al 2,6; la Lombardia ha arretrato dal 3 al 2,2, ma è il Piemonte, che nel 2017 aveva raggiunto il 3,3, a contrarre ancora di più la spesa per cultura, atterrata al 2,1.

Per le famiglie di dirigenti, quadri, impiegati, l'incidenza della spesa per cultura è scesa dal 3,7% nel 2019 al 2,8% nel 2020. Le famiglie di operai esprimono una spesa per cultura (1,9% della spesa totale) inferiore alla media. Tra le famiglie di imprenditori e liberi professionisti, l'incidenza è del 2,9% (-0,8 punti percentuali rispetto al 2019, più o meno la stessa riduzione dell'intero capitolo di spesa, a indicare che hanno, invece, limitato la perdita sui servizi ricreativi). Tra i pensionati si registra un crollo all'1,5%, ma anche per loro la riduzione è inferiore rispetto al taglio delle loro spese per recreazione. Tengono, sebbene con livelli modesti, le spese delle famiglie la cui persona di riferimento è in cerca di occupazione, che passano dal 2% del 2019 all'1,9% del 2020, e che hanno, invece, sacrificato di più la spesa per svaghi.

NOTE E RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

[1] SIAE (2020). Annuario dello Spettacolo 2020. Roma: SIAE.

https://www.siae.it/sites/default/files/SIAE_Annuario_dello_Spettacolo_2020.pdf

[2] Per fare l'esempio più eclatante, la classificazione internazionale ECoicop utilizzata per l'indagine sulle Spese per Consumo considera le spese per giochi a pronostico all'interno dei servizi ricreativi e culturali.

Annalisa Cicerchia è economista della cultura e Primo ricercatore ISTAT - Istituto Nazionale Di Statistica.

ABSTRACT

As it does every year, the ISTAT Report concentrates an enormous amount of information on the country's situation in just over 250 pages. This year, the data describe the economic and social situation, the demographic impact and health consequences of the pandemic, the gaps and inequalities in human capital, and the business system, investments and the environment on the eve of the Recovery and resilience plan. In 2020, the final consumption of households residing in the territory collapsed on a scale unprecedented since the post-war period, falling by 10.9%. But the final consumption expenditure on the economic territory of non-resident households - the one, to be clear, of the tourists who did not come - registered a drop of 60 per cent, equal to about 26.8 billion euros. The contraction in final consumption by foreign tourists led to an overall reduction in added value of just over €23.5 billion, equal to 1.5 per cent of that of the entire economy: around €19.5 billion (1.2 per cent) directly, €4 billion due to indirect transmission effects on the rest of the production system. Even more than tourism, the cultural sector has been hit hard by the pandemic containment measures. In 2020, the reduced cultural offer based on the physical attendance of places such as cinemas, theatres, museums, concert halls had repercussions on the expenditure of Italian families, who traditionally express rather low cultural consumption anyway. In 2020, at the same time as the general decline in total spending, there is a nosedive, with spending on culture (in the narrow sense) dropping to EUR 48 per month.

Fonti

[\[Ricerche Per La Cultura\] Digitalizzazione e linguaggi immersivi al centro del XII Rapporto Civita](#)

[\[Ricerche Per La Cultura\] Misurando l'indefinibile. Primo studio italiano sulle carriere degli artisti](#)

[\[Ricerche Per La Cultura\] Le biblioteche pubbliche in Italia: una incredibile opportunità ma non per tutto il Paese](#)

[\[Ricerche Per La Cultura\] Musei In_Visibili](#)

agenzia di stampa

CULT

Agenzia giornalistica AgCult
registrazione al Tribunale di Roma 195/2017
Via Cattaro, 28 - 00198 Roma
redazione@agcult.it