

Promozione di iniziative di studio e ricerca socioeconomica
a supporto della programmazione e valutazione
delle Politiche di Coesione della Regione Campania

Cultura come driver trasversale di sviluppo territoriale



SVIMEZ

PROMOZIONE DI INIZIATIVE DI STUDIO E
RICERCA SOCIOECONOMICA A SUPPORTO
DELLA PROGRAMMAZIONE E VALUTAZIONE
DELLE POLITICHE DI COESIONE DELLA
REGIONE CAMPANIA

Cultura come driver trasversale di sviluppo territoriale

Roma, giugno 2022

Regione Campania

“Report”

SVIMEZ

Associazione per lo sviluppo dell'industria nel Mezzogiorno

“Report Regione Campania”

PROMOZIONE DI INIZIATIVE DI STUDIO E
RICERCA SOCIOECONOMICA A SUPPORTO
DELLA PROGRAMMAZIONE E VALUTAZIONE
DELLE POLITICHE DI COESIONE DELLA
REGIONE CAMPANIA

Cultura come driver trasversale di sviluppo territoriale



Associazione per lo sviluppo dell'industria nel Mezzogiorno

INDICE

Premessa	7
1. Produzione culturale e creativa: valore aggiunto, occupazione, impresa e produttività	p. 8
2. Patrimonio e partecipazione culturale	p. 18
3. “Grandi attrattori” e turismo	p. 29
4. Gli impatti della pandemia da Covid-19	p. 35
5. Considerazioni conclusive in vista del POR 2021-2027	p. 40

Premessa

Il Report fornisce innanzitutto un quadro descrittivo ‘pre-pandemico’ delle tre principali componenti dell’ecosistema culturale e creativo della Campania: quella economico-produttiva, con riferimenti al mondo sia *profit* che *non profit* (Capitolo 1), quella infrastrutturale, che include il patrimonio culturale e altri luoghi di cultura che, direttamente o indirettamente, generano attività culturali e creative ad alto valore economico e sociale (Capitolo 2) e, infine, l’attività turistica a vocazione culturale (Capitolo 3).

In particolare, vengono riportati e analizzati i dati sul numero di imprese culturali e creative attive sul territorio, nonché sull’occupazione e valore aggiunto generati, prestando attenzione ai risultati regionali rispetto al contesto meridionale e nazionale. Si guarda inoltre al numero di istituti *non profit* attivi nell’ambito dell’arte e della cultura e del ruolo (crescente) che stanno assumendo negli ultimi anni nelle pratiche di rigenerazione territoriale. Per quanto concerne il patrimonio culturale e i luoghi di cultura, l’attenzione è principalmente posta sulle infrastrutture presenti a livello regionale e su diverse tipologie di consumo culturale, sempre in comparazione alle medie meridionali e nazionali. Infine, si presentano i dati sugli arrivi e le presenze, sul grado di soddisfazione dell’esperienza turistica di tipo culturale e sul posizionamento della Campania tra le regioni che gli italiani desiderano visitare. Ne viene fuori un quadro interessante: la Campania si conferma la migliore regione del Sud Italia in termini di occupazione e valore aggiunto, ma rimane a notevole distanza dalle regioni del Nord Italia, soprattutto le più virtuose come la Lombardia, il Lazio e il Veneto. D’altro canto, la Campania (e Napoli in particolare, come mostrano i dati del *Cultural and Creative Cities Monitor* della Commissione europea) non ha nulla da invidiare al resto d’Italia per quanto riguarda la dotazione di musei e, soprattutto, l’attività turistica generata. Tuttavia, il quadro appare nuovamente meno roseo se si considera la dotazione di altre tipologia di luoghi di cultura (teatri, cinema, ecc.) nonché la partecipazione culturale della popolazione: in Campania, nel 2019 il 27,4% della popolazione da 6 anni in su non ha usufruito di nessun tipo di servizio o bene culturale e ricreativo, ossia una percentuale ben al di sopra del dato medio nazionale (20,7%).

Sulla base dei dati aggiornati al 2020, si illustrano successivamente i diversi impatti che la pandemia da Covid-19 ha avuto su cultura e turismo, tra i settori più colpiti a livello mondiale (Capitolo 4). Per quanto riguarda la cultura, risalta la drastica riduzione del valore aggiunto prodotto, che non ha fatto altro che ampliare ulteriormente il divario Nord-Sud. Al contrario, per quanto riguarda gli indicatori turistici, nonostante gli impatti prodotti dalla pandemia su arrivi e presenze, la Campania ha mostrato una certa resilienza rispetto ad altre regioni del Mezzogiorno.

Infine, uno specifico approfondimento è dedicato al modo in cui cultura e turismo sono stati supportati negli ultimi anni nell'ambito della politica europea, nazionale e regionale (POR 2014-2020). Vengono così identificati, anche alla luce dei dati precedentemente esposti, nuovi assi di lavoro per il periodo 2021-2027, al fine di valorizzare il potenziale di crescita dell'economia culturale e creativa regionale (Capitolo 5).

1. *Produzione culturale e creativa: valore aggiunto, occupazione, imprese e produttività*

La Campania e il Mezzogiorno

Come mostrano le tabelle Tab. 1 e Tab. 2, la Campania gioca un ruolo di primo piano nell'ecosistema culturale e creativo del Mezzogiorno: nel 2019, il valore aggiunto dei settori culturali e creativi¹ è stato di 4.164,3 milioni di euro - ossia il 29% del Mezzogiorno - e in crescita

¹ I dati sui settori culturali e creativi qui riportati si riferiscono al 'Sistema Produttivo Culturale e Creativo' che, per come definito dalla Fondazione Symbola e Unioncamere, include l'insieme di comparti di attività economica che fanno riferimento a quattro categorie produttive *core*: la conservazione e fruizione del patrimonio storico-artistico; le attività di produzione di nuova cultura non riproducibili (*performing arts* e arti visive); le attività di produzione di nuova cultura organizzate secondo una logica di produzione vicina a quella industriale (industrie culturali) e suddivise in "musica", "editoria", "film, video, radio e tv" e "giochi, software e videogiochi"; e le attività del design, dell'architettura e della comunicazione (industrie creative). A queste quattro categorie se ne aggiunge una quinta che seleziona tutte le attività economiche escluse dalla dimensione strettamente culturale appena definita, ma caratterizzate da strette sinergie con il settore (*creative driven*). L'inclusione di tali attività nasce dall'esigenza di tener conto del processo di "culturalizzazione" in atto in molti settori produttivi misurato sulla base dell'impiego di professioni culturali e creative.

Promozione di iniziative di studio e ricerca socioeconomica a supporto della programmazione e valutazione delle politiche di coesione della Regione Campania

dell'1,5% rispetto all'anno precedente. Nello stesso anno, i settori culturali e creativi hanno dato occupazione a 84.400 persone nella regione, ossia al 29% dell'occupazione culturale e creativa del Mezzogiorno. Anche in questo caso, si registra una variazione positiva - dell'1% - rispetto al 2018.

Tab. 1. *Valore aggiunto e occupazione nelle regioni del Mezzogiorno, anno 2019*

Territorio	Valore aggiunto			Migliaia	Occupazione	
	Milioni di €	In % sul tot. economia	Var. % 2018-2019		In % sul tot. economia	Var. % 2018-2019
Abruzzo	1.244,60	4	0,6	24,1	4,6	0,3
Molise	234,9	4	0,8	4,8	4,3	1,5
Campania	4.164,30	4,2	1,5	84,4	4,5	1
Puglia	2.667,00	3,8	0,7	58,3	4,2	0,5
Basilicata	418,3	3,6	1,1	8,6	4,1	3
Calabria	1.022,80	3,4	2,2	22,4	3,4	2
Sicilia	3.166,00	3,9	1,2	64,6	4,2	0,6
Sardegna	1.239,80	3,9	1,3	24,9	4	3,7
<i>Mezzogiorno</i>	14.157,70	3,9	1,2	292,1	4,2	1,1

Fonte: Symbola-Unioncamere (2020).

Tab. 2. *Valore aggiunto e occupazione 2019: quote percentuali sul totale Mezzogiorno*

Regioni del Mezzogiorno	Valore aggiunto in % sul totale Mezzogiorno	Occupazione in % sul totale Mezzogiorno
Abruzzo	8,8%	8,3%
Molise	1,7%	1,6%
Campania	29,4%	28,9%
Puglia	18,8%	20,0%
Basilicata	3,0%	2,9%
Calabria	7,2%	7,7%
Sicilia	22,4%	22,1%
Sardegna	8,8%	8,5%

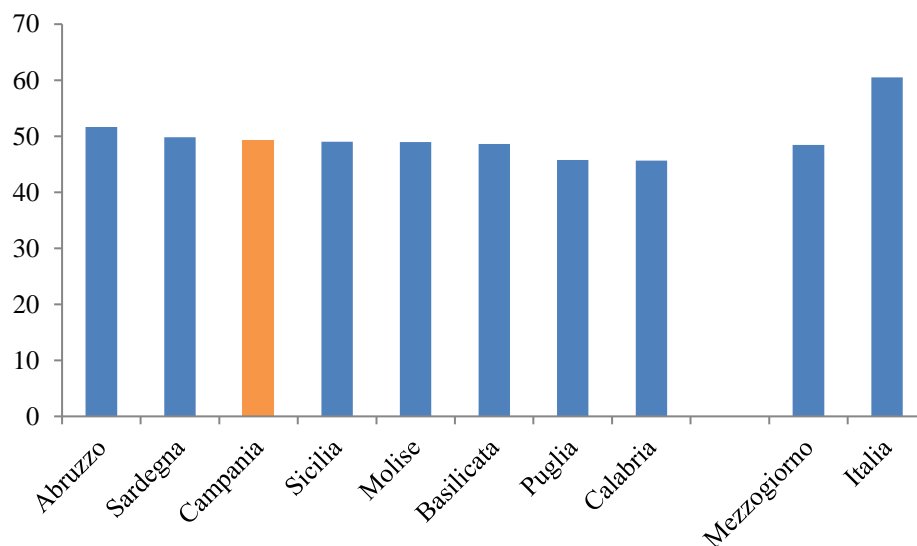
Fonte: Symbola-Unioncamere (2020).

I settori culturali e creativi contribuiscono però in maniera molto simile all'economia delle regioni del Sud Italia (Tab. 1). In Campania, nel 2019 rappresentano il 4,2% e il 4,5%, rispettivamente, del valore aggiunto prodotto e dell'occupazione. Il contributo in termini di valore

aggiunto è dunque identico alla media delle regioni del Sud (4,2%), ma leggermente superiore al dato medio (3,9%) per quanto concerne l'occupazione.

In termini di produttività, ossia di valore aggiunto per addetto, la Campania si attesta poco al di sopra della media delle regioni del meridione (49,3 euro vs. 48,5 euro) ma leggermente al di sotto dell'Abruzzo (51,6 euro) e della Sardegna (49,8 euro) (Fig. 1).

Fig. 1. *Produttività (valore aggiunto / addetti) del lavoro culturale e creativo, anno 2019*



Fonte: elaborazione su dati Symbola-Unioncamere (2020).

Dall'analisi della distribuzione territoriale delle imprese culturali e creative, emerge che ben un quinto dello stock complessivo (57.759 imprese) è localizzato in Lombardia e un ulteriore 13,4% nel Lazio (36.769). Seguono, a grande distanza ma comunque sopra le 20 mila imprese, regioni come il Veneto (22.886 imprese), l'Emilia Romagna (20.961), il Piemonte (20.614) e la Campania (20.351). La Campania è dunque l'unica regione del Sud Italia che rientra nel *cluster* di regioni che conquista il terzo posto del podio, dopo Lombardia e Lazio.

Promozione di iniziative di studio e ricerca socioeconomica a supporto della programmazione e valutazione delle politiche di coesione della Regione Campania

Per quanto concerne le specializzazioni produttive (Tab. 3), editoria e architettura-design sono quelle che contribuiscono maggiormente all'economia culturale e creativa regionale. Con 6.165 e 5.152 imprese attive, rispettivamente, i due settori rappresentano oltre il 55% (30,3% e 25,3%) del totale delle imprese culturali e creative in Campania. In effetti, ad eccezione di Abruzzo e Molise, il settore dell'editoria assorbe la maggior parte delle imprese culturali e creative non solo in Campania ma in tutto il Mezzogiorno.

Tab. 3. Distribuzione delle imprese per regioni del Mezzogiorno e settori: valori assoluti e percentuali, anno 2019

Regioni del Mezzogiorno	Valori assoluti							Totale
	Architettura e design	Comunicazione	Audiovisivo e musica	Videogiochi e software	Editoria e stampa	Spettacolo e arti visive	Patrimonio storico e artistico	
Abruzzo	1.875	759	304	614	1.545	599	12	5.708
Molise	394	131	62	77	269	121	4	1.058
Campania	5.152	2.890	1.066	2.073	6.165	2.926	79	20.351
Puglia	3.305	1.953	668	1.171	3.801	2.036	55	12.989
Basilicata	517	241	116	196	563	287	18	1.938
Calabria	1.512	750	275	524	1.929	791	36	5.817
Sicilia	3.618	2.151	745	1.280	4.543	2.320	94	14.751
Sardegna	1.002	655	242	558	1.726	611	136	4.930
Quote percentuali								
Abruzzo	32,8	13,3	5,3	10,8	27,1	10,5	0,2	100,0
Molise	37,2	12,4	5,9	7,3	25,4	11,4	0,4	100,0
Campania	25,3	14,2	5,2	10,2	30,3	14,4	0,4	100,0
Puglia	25,4	15,0	5,1	9,0	29,3	15,7	0,4	100,0
Basilicata	26,7	12,4	6,0	10,1	29,1	14,8	0,9	100,0
Calabria	26,0	12,9	4,7	9,0	33,2	13,6	0,6	100,0
Sicilia	24,5	14,6	5,1	8,7	30,8	15,7	0,6	100,0
Sardegna	20,3	13,3	4,9	11,3	35,0	12,4	2,8	100,0

Fonte: Symbola-Unioncamere (2020).

Se i dati precedenti ci offrono un quadro degli impatti delle attività di impresa *for profit*, i settori culturali e creativi alimentano anche gran parte delle attività *non profit* in Italia. Secondo gli ultimi dati Istat disponibili (una nuova rilevazione è attualmente in corso e si concluderà a settembre 2022), 362.634 istituzioni non profit erano attive nel campo dell'arte e della cultura nel 2019 (ossia il 17% del totale), di cui 2.831 basate in Campania. Puglia e Campania accolgono da sole il 60% delle

istituzioni del Mezzogiorno che svolgono attività culturali e artistiche (Tab. 4).

Tab. 4. *Istituzioni non profit nel settore artistico e culturale nelle regioni del Mezzogiorno: unità e dipendenti, anno 2019*

Territorio	Unità	Dipendenti
Abruzzo	1.477	220
Molise	285	33
Campania	2.831	1.002
Puglia	3.131	661
Basilicata	658	193
Calabria	1.441	210
<i>Mezzogiorno</i>	9.823	2.319

Fonte: Istat (2021).

Nel 2019, analogamente all'anno precedente, le istituzioni crescono di più al Sud (1,8%), nelle Isole (+1,2%) e al Centro (+1,1%) rispetto al Nord (+0,3%), anche se la Campania non è tra le regioni del Mezzogiorno con il più alto tasso di crescita. Restano inoltre consistenti i divari regionali: il numero di istituzioni ogni 10 mila abitanti è molto più elevato nelle regioni del Nord-Est (70,7), del Centro (68,2) e del Nord-Ovest (63,0) rispetto a quello che si osserva nelle regioni del Sud (47,4). I dipendenti impiegati dalle istituzioni non profit crescono invece di più al Sud (+1,6%), soprattutto in Campania (+2,7%).

Il comparto del *non profit* è molto importante per l'economia italiana, non solo perché contribuisce, in maniera diretta e indiretta, all'occupazione (quasi 862.000 dipendenti a livello nazionale e circa 1.000 in Campania se si considerano soltanto le attività di tipo artistico-culturale), ma anche perché contribuisce sempre di più a introdurre nuovi processi di innovazione e rigenerazione territoriale a base culturale. Si deve a gran parte di queste organizzazioni la capacità di mobilitare risorse (culturali, sociali, economiche ...) che sono proprie alle comunità che abitano questi territori, al fine di affrontare specifiche problematiche locali.

La cooperativa La Paranza di Napoli si configura come caso d'eccellenza in questo campo, a livello sia regionale che nazionale.

Promozione di iniziative di studio e ricerca socioeconomica a supporto della programmazione e valutazione delle politiche di coesione della Regione Campania

Box 1. La Paranza di Napoli come caso di rigenerazione urbana a base culturale

La Paranza di Napoli, la cooperativa sociale a capo del progetto “Catacombe nel Rione Sanità” nasce nel 2006 in risposta a nuovi bisogni di aree e comunità rimaste in qualche modo escluse dai grandi fenomeni di sviluppo del paese. L’assenza di prospettive lavorative e la presenza di forti problematiche sociali all’interno del Rione Sanità è stato l’elemento scatenante che ha portato un gruppo di cinque ragazzi del quartiere ad organizzare visite alle catacombe di San Gaudioso, con il supporto di Padre Antonio Loffredo e il benessere dell’Arcidiocesi di Napoli. Partnership strategiche sono state inoltre costruite nel tempo con la Fondazione con il Sud e la Fondazione di Comunità San Gennaro.

La cooperativa si pone l’obiettivo di valorizzare il patrimonio storico artistico del territorio, creando - in tal modo - opportunità di lavoro per i giovani. Allo stesso modo, viene favorita la creazione di opportunità di apprendimento, di scambio e di socializzazione attraverso l’esperienza del turismo sociale, l’approfondimento dello studio dei siti archeologici catacombali e il networking fra persone, enti e associazioni.

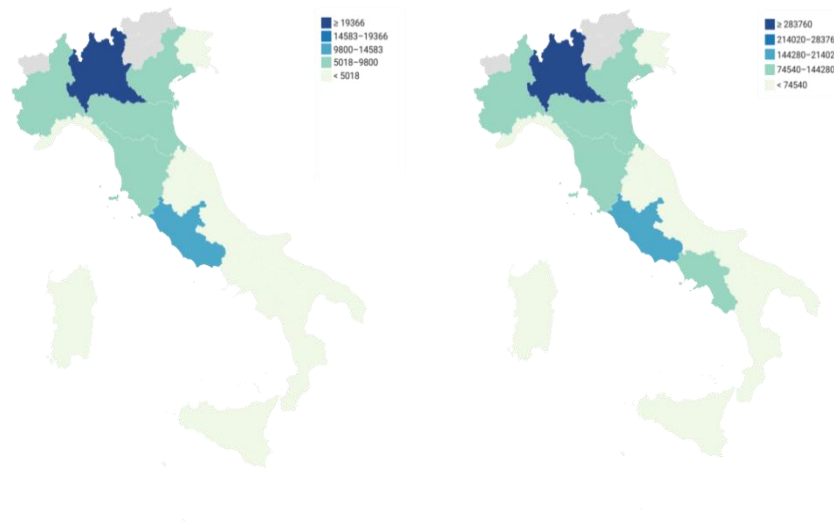
Nel 2015, la cooperativa ha accolto più di 70mila visitatori provenienti dall’esterno della comunità di riferimento, impiegando un personale dipendente di 12 persone².

La Campania nel contesto nazionale

Come per il resto dell’economia, l’economia culturale e creativa della Campania si discosta in maniera significativa da quella della maggior parte delle regioni del resto d’Italia, in particolar modo dalla Lombardia e il Lazio (Fig. 2).

² Fonte: IRECOOP (2016). Lo sviluppo delle cooperative di comunità - Studio di fattibilità.

Fig. 2. Valore aggiunto in milioni di € (sx) e occupazione (dx): mappa nazionale, anno 2019



Fonte: elaborazione su dati Symbola-Unioncamere (2020).

I settori culturali e creativi della Lombardia, per esempio, hanno prodotto circa 24.000 euro di valore aggiunto nel 2019, ossia cinque volte il valore di quanto prodotto dalla Campania (4.164,3 milioni di euro) e impiegato oltre 350 mila lavoratori, una cifra quattro volte superiore il numero degli occupati della Campania (353.500 vs. 84.400). Tuttavia, la Campania presenta valori superiori a quelli di diverse regioni del Centro e del Nord Italia come le Marche e la Liguria, e delle Isole (Tab. 5). Inoltre, la Campania si trova nella stessa classe di quasi tutte le regioni del Nord Italia ad eccezione della Lombardia (Piemonte, Veneto, Emilia-Romagna e Toscana) quanto a numero di occupati (Fig. 2).

Promozione di iniziative di studio e ricerca socioeconomica a supporto della programmazione e valutazione delle politiche di coesione della Regione Campania

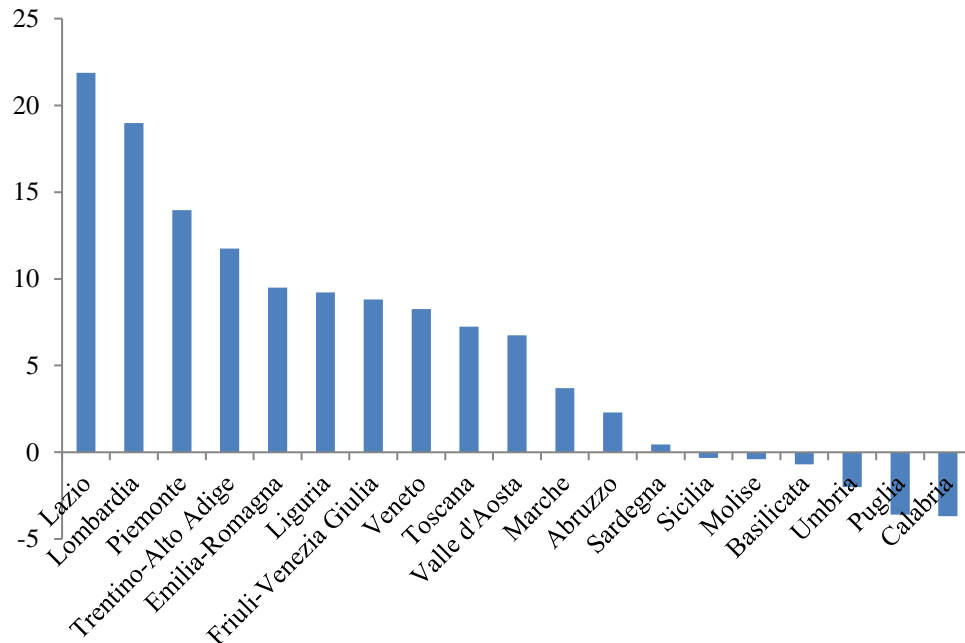
Tab. 5. Valore aggiunto e occupazione: differenze con la Campania per regione, anno 2019

Differenze con valori della Campania	Valore aggiunto Milioni di €	Differenze con valori della Campania	Occupazione Migliaia
Lombardia	+19984,2	Lombardia	+269,1
Lazio	+9850,5	Lazio	+112,4
Veneto	+3938,7	Veneto	+56,3
Piemonte	+3861,6	Piemonte	+42,4
Emilia-Romagna	+3273,3	Emilia-Romagna	+42
Toscana	+1674	Toscana	+18,8
Sicilia	-998,3	Sicilia	-19,8
Puglia	-1497,3	Puglia	-26,1
Marche	-2111,7	Marche	-45,7
Trentino-Alto Adige	-2118,1	Trentino-Alto Adige	-50,9
Liguria	-2249,7	Liguria	-51,7
Friuli-Venezia Giulia	-2315,3	Friuli-Venezia Giulia	-52,6
Abruzzo	-2919,7	Sardegna	-59,5
Sardegna	-2924,5	Abruzzo	-60,3
Calabria	-3141,5	Calabria	-62
Umbria	-3160,8	Umbria	-63,2
Basilicata	-3746	Basilicata	-75,8
Molise	-3929,4	Molise	-79,6
Valle d'Aosta	-3979,2	Valle d'Aosta	-81,1

Fonte: elaborazione su dati Symbola-Unioncamere (2020).

Il divario si conferma anche se consideriamo la produttività: le differenze con la regione Campania mostrano chiaramente come le regioni del Nord - in particolare Lazio, Lombardia e Piemonte - si collochino ben al di sopra (con differenze che vanno dai 22 ai 13 punti), mentre la produttività del lavoro culturale e creativo è più alta in Campania rispetto alla maggior parte delle regioni del meridione (fanno eccezione l'Abruzzo e la Sardegna) ma anche dell'Umbria (Fig. 3).

Fig. 3. *Produttività 2019 (valore aggiunto / addetti) del lavoro culturale e creativo: differenze con la regione Campania*



Fonte: elaborazione su dati Symbola-Unioncamere (2020).

Il Mezzogiorno si discosta dai risultati ottenuti dalle regioni del Nord del Paese anche se si analizzano valore aggiunto e occupazione per provincia: Napoli non compare tra le provincie che si collocano ai primi 20 posti (Fonte: Symbola-Unioncamere 2020).

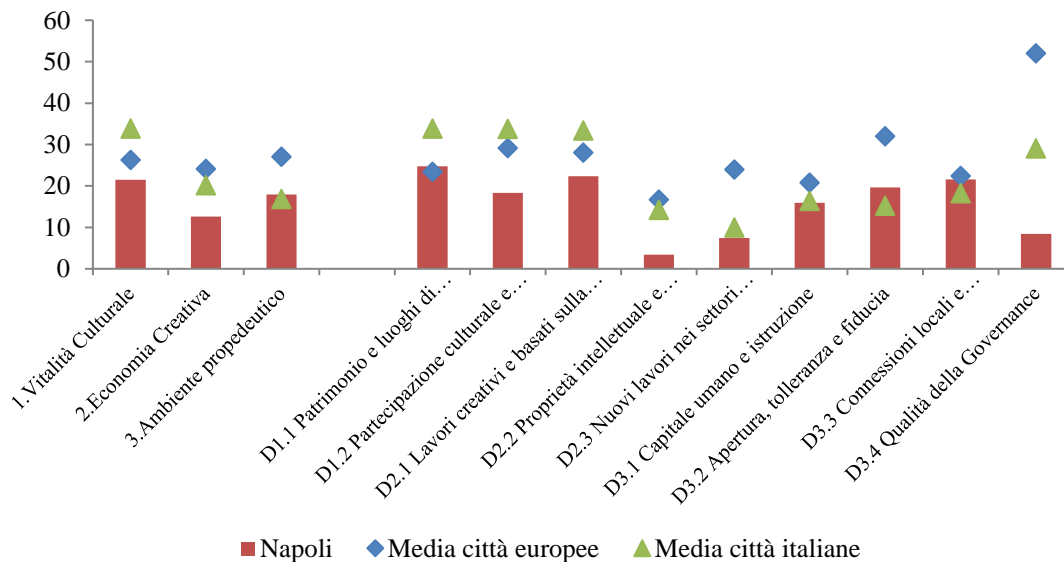
Napoli a confronto con le città creative d'Europa

I dati raccolti e analizzati dalla Commissione europea nell'ambito del progetto di monitoraggio comparato *The Cultural and Creative Cities Monitor*³ offrono un'interessante occasione di confronto, per Napoli, con le città creative d'Europa.

³ Per accedere alla piattaforma interattiva e ai report metodologici e analitici: <https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-cities-monitor>.

Promozione di iniziative di studio e ricerca socioeconomica a supporto della programmazione e valutazione delle politiche di coesione della Regione Campania

Fig. 4. Napoli a confronto con le città italiane ed europee incluse nel Cultural and Creative Cities Monitor (scala 0-100)



Fonte: European Commission's Joint Research Centre (2019).

Il Monitor misura 29 indicatori relativi alla vitalità culturale, all'economia creativa e al c.d. ambiente favorevole allo sviluppo di processi di attivazione culturale e creativa di una città. Questi 29 indicatori vengono prima aggregati in nove dimensioni di *performance* (D1.1 Patrimonio e luoghi di cultura, D1.2 Partecipazione culturale e attrattività, D2.1 Lavori creativi e basati sulla conoscenza, D2.2 Proprietà intellettuale e innovazione, D2.3 Nuovi lavori nei settori creativi, D3.1 Capitale umano e istruzione, D3.2 Apertura, tolleranza e fiducia, D3.3 Connessioni locali e internazionali, D3.4 Qualità della Governance) e poi, a loro volta, in tre sotto-indici sintetici di *performance* (1.Vitalità Culturale, 2.Economia Creativa, 3.Ambiente Propedeutico).

Come ben evidente dalla Fig. 4, Napoli, pur essendo tra le poche città del Sud Italia ad essere selezionata quale 'città culturale e creativa' nell'ambito di questo progetto (insieme a Lecce e Matera), si discosta in maniera significativa dal punteggio medio ottenuto sia dalle 18 città ita-

liane che dalle 190 città europee incluse nel Monitor. Interessante però notare, in linea con i dati illustrati nelle pagine seguenti, che la dimensione D1.1 Patrimonio e luoghi di cultura è l'unica rispetto alla quale Napoli ottiene un punteggio molto simile a quello ottenuto, in media, dalle città europee. La città partenopea è inoltre leggermente sopra la media europea in termini di connessioni locali e internazionali (dimensione D3.3).

2. Patrimonio e partecipazione culturale

Musei e luoghi di cultura

In termini di dotazione di luoghi di cultura, pur restando il divario Nord-Sud, la Campania - con 227 musei e istituti analoghi⁴ - questa volta si posiziona in una fascia intermedia, al pari di regioni come le Marche (282), il Veneto (299), la Sicilia (241) e la Sardegna (307), ma al di sotto di Emilia-Romagna (458), Lombardia (419), Piemonte (414) e Lazio (349) (Tab. 6 e Fig. 5).

⁴ Ossia, secondo la definizione proposta dall'Istat ai fini della rilevazione, le strutture che possiedono i seguenti requisiti: 1) Espone in modo permanente beni e/o collezioni di interesse culturale, artistico, storico e/o naturalistico; 2) È aperta al pubblico nell'anno di riferimento; 3) È dotata di forme organizzate di fruizione.

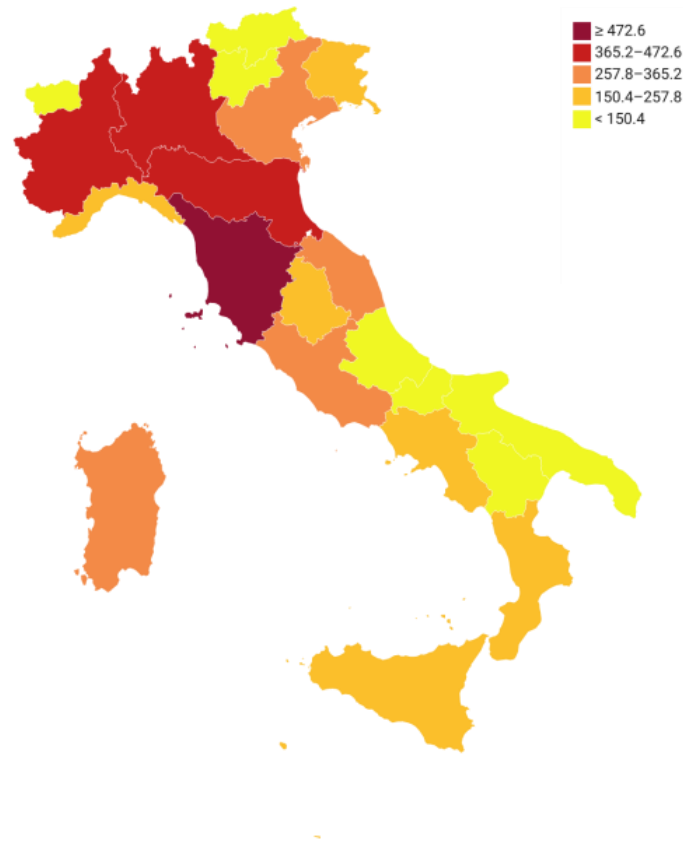
Promozione di iniziative di studio e ricerca socioeconomica a supporto della programmazione e valutazione delle politiche di coesione della Regione Campania

Tab. 6. *Musei e istituti similari 2019*

Territorio	N. musei e istituti similari
Piemonte	414
Valle d'Aosta	60
Lombardia	419
Trentino-Alto Adige	200
<i>Bolzano</i>	<i>111</i>
<i>Trento</i>	<i>89</i>
Veneto	299
Friuli-Venezia Giulia	170
Liguria	197
Emilia-Romagna	458
Toscana	580
Umbria	170
Marche	282
Lazio	349
Abruzzo	110
Molise	43
Campania	227
Puglia	142
Basilicata	49
Calabria	163
Sicilia	241
Sardegna	307
Italia	4.880

Fonte: elaborazione su dati Istat , “Indagine sui musei e le istituzioni similari” (2020).

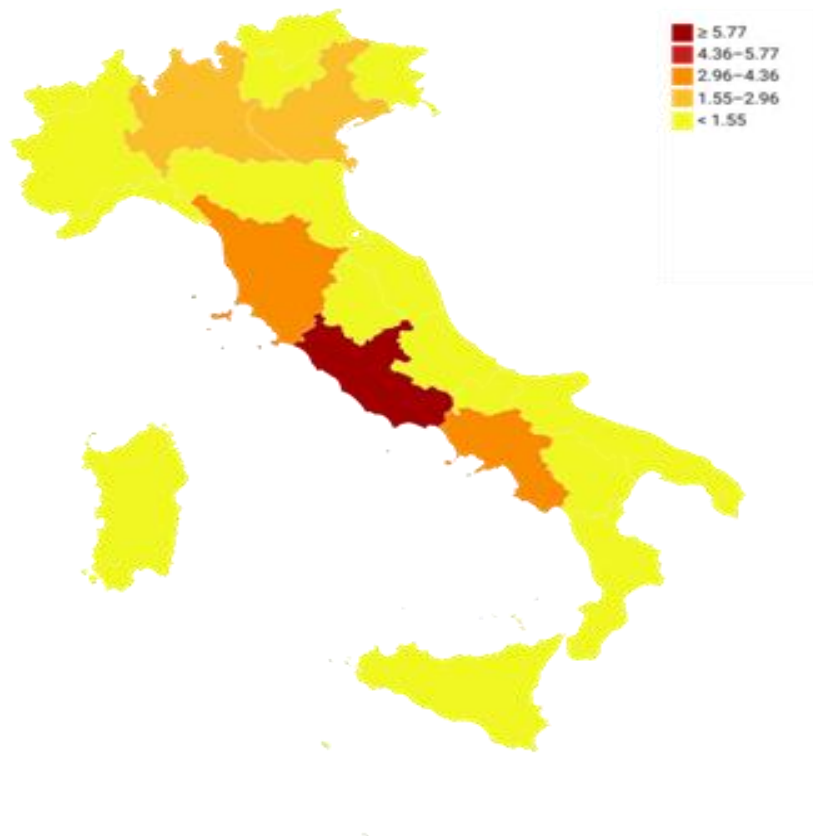
Fig. 5. Musei e istituti similari: mappa nazionale, anno 2019



La mappa italiana per regioni assume però una colorazione molto diversa se lo stesso patrimonio museale si analizza alla luce della densità e rilevanza del patrimonio culturale, ossia della popolazione che vi abita e dei visitatori attratti (Fig. 6 e Tab. 7). In questo caso, la Campania (3,61) conquista il podio, in terza posizione dopo il Lazio (7,18) e la Toscana (3,94). Il risultato è soprattutto da attribuirsi alla grande capacità attrattiva di un numero limitato di musei che, da soli, rappresentano oltre l'80% dei visitatori totali (v. Sezione 3).

Promozione di iniziative di studio e ricerca socioeconomica a supporto della programmazione e valutazione delle politiche di coesione della Regione Campania

Fig. 6. *Densità e rilevanza del patrimonio museale: mappa nazionale, anno 2019*



Tab. 7. *Densità e rilevanza del patrimonio museale per 100 km2, anno 2019*

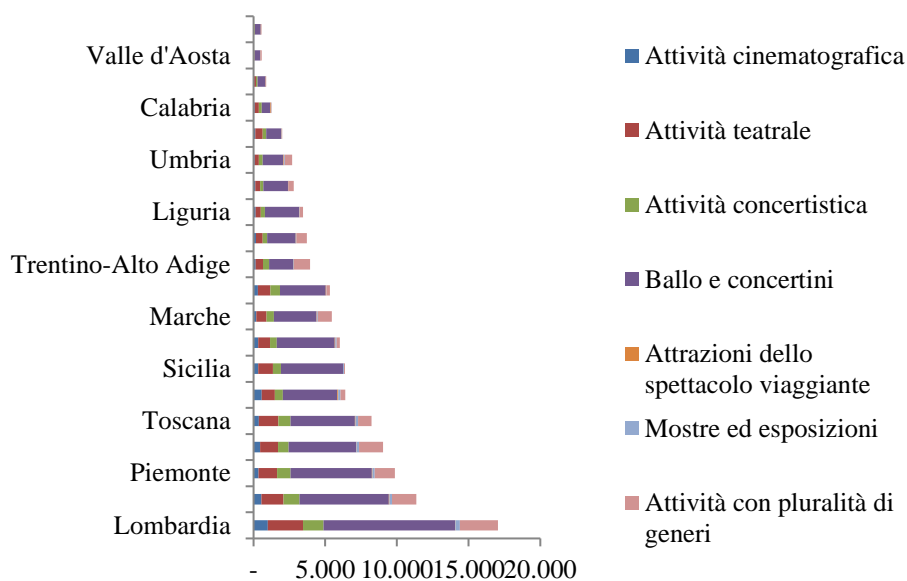
Territorio	Valore indicatore
Piemonte	1,08
Valle d'Aosta	1,05
Liguria	1,1
Lombardia	1,62
Trentino-Alto Adige	1,01
<i>Bolzano</i>	0,96
Provincia Autonoma di Trento	1,06
Veneto	2
Friuli-Venezia Giulia	1,41
Emilia-Romagna	1,15
Toscana	3,94
Umbria	0,65
Marche	0,81
Lazio	7,18
Abruzzo	0,14
Molise	0,14
Campania	3,61
Puglia	0,29
Basilicata	0,23
Calabria	0,28
Sicilia	0,97
Sardegna	0,37
Isole	0,68
Italia	1,62

Fonte: elaborazione su dati Istat, “Indagine sui musei e le istituzioni similari” (2020).

Per quanto riguarda altre tipologie di luoghi di cultura, la Campania accoglie un totale di 6.007 luoghi dediti a diverse tipologie di attività (cinematografica, teatrale, concertistica, di ballo, dello spettacolo viaggiante, di mostre ed esposizioni e con pluralità di generi), contando dunque su una dotazione simile a quella di Sicilia (6.382) ma anche Lazio (6.399) (Fig. 7).

Promozione di iniziative di studio e ricerca socioeconomica a supporto della programmazione e valutazione delle politiche di coesione della Regione Campania

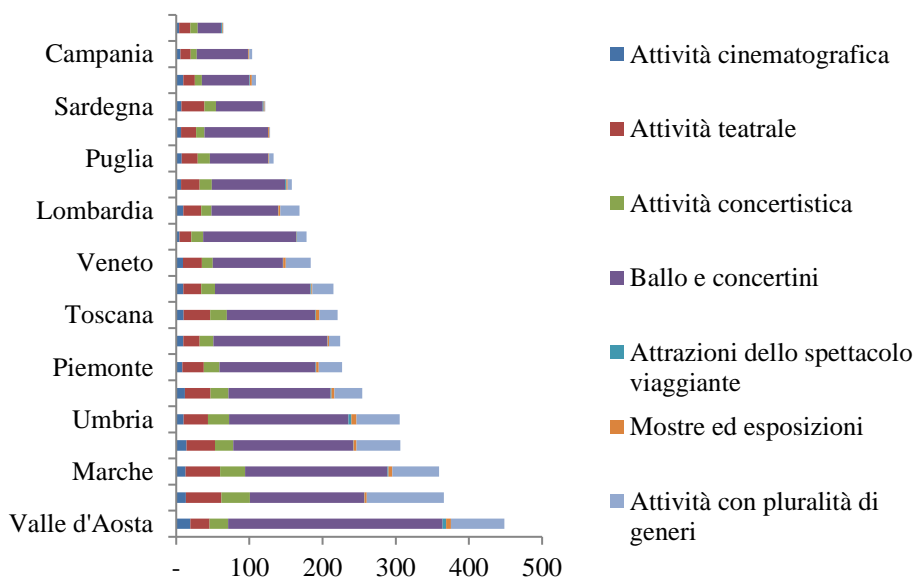
Fig. 7. Luoghi di spettacolo per genere di manifestazione e regione e ripartizione geografica: valori assoluti, anno 2019



Fonte: elaborazioni Istat su dati Siae (Società italiana autori ed editori).

Tuttavia, il dato per capita ci consegna un quadro profondamente diverso, con una dotazione pari a 104 strutture per abitante che piazza la Campania in penultima posizione tra le regioni italiane (Fig. 8). Occorre però sottolineare che, per una corretta valutazione di questi dati in termini di vitalità culturale della regione Campania nel panorama nazionale, avremmo bisogno di dati più granulari, per esempio sull'ubicazione spaziale di queste infrastrutture (aree urbane, semi-urbane, rurali; per reddito pro-capite, per livello di istruzione, ecc.), nonché sull'effettiva attività svolta (e.g. numero di concerti per mese/anno) e sugli ingressi - la cui produzione e analisi esula gli obiettivi di questo rapporto.

Fig. 8. Luoghi di spettacolo per genere di manifestazione e regione e ripartizione geografica: valori per 100.000 abitanti, anno 2019



Fonte: elaborazioni Istat su dati Siae (Società italiana autori ed editori).

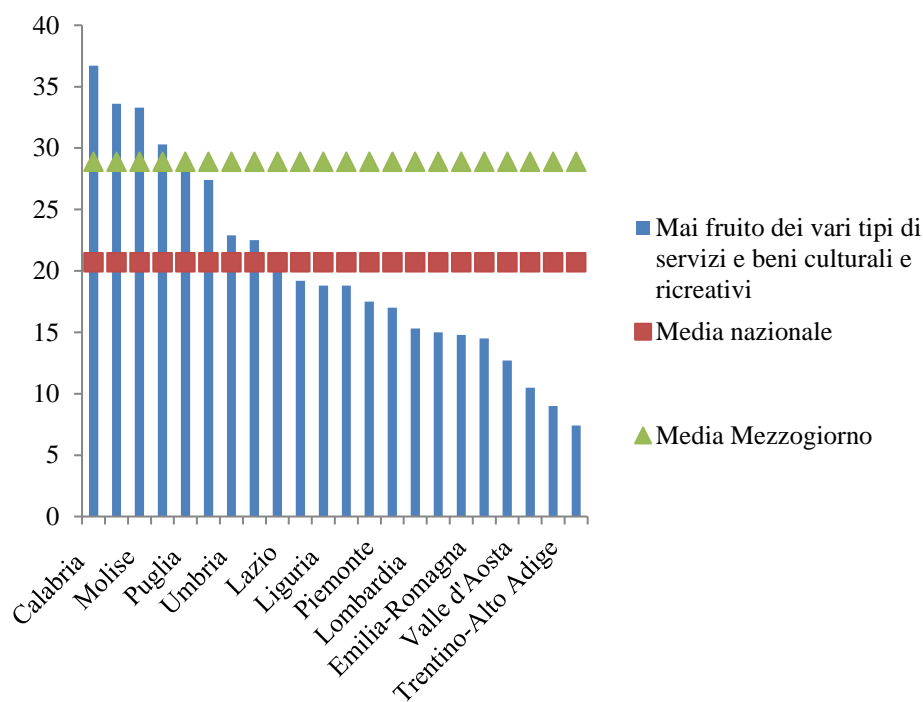
Di certo, il dato sulla spesa dei Comuni della Regione per la cultura - che si attesta a 4,2 euro pro capite nel 2019 - non è molto incoraggiante, in quanto ben distante dalla media nazionale (19,9 euro). Inoltre, il trend di questa spesa risulta essere negativo dal 2011 (Fonte: Istat, “Elaborazione su dati Finanza locale: entrate e spese dei bilanci consuntivi di Comuni, Province e Città metropolitane”).

Partecipazione culturale

In Campania, nel 2019 il 27,4% della popolazione da 6 anni in su non ha usufruito di nessun tipo di servizio o bene culturale e ricreativo, ossia una percentuale poco al di sotto del dato medio per le regioni del Mezzogiorno (28,9%) e ben al di sopra del dato medio nazionale (20,7%). Si tratta di una delle percentuali più alte tra le regioni italiane, pur rimanendo di gran lunga inferiore alle percentuali di non partecipazione culturale registrate in altre regioni del Sud Italia come Calabria (36,7%), Basilicata (33,6%) e Molise (33,3%) (Fig. 9).

Promozione di iniziative di studio e ricerca socioeconomica a supporto della programmazione e valutazione delle politiche di coesione della Regione Campania

Fig. 9. Quota di partecipazione culturale fuori casa e lettura di libri o quotidiani per regione, anno 2019



Fonte: elaborazione su dati Istat, "Indagine Aspetti della vita quotidiana" (2020).

L'analisi della partecipazione a diverse tipologie di attività culturali (Tab. 8) mostra come i cittadini accedano alla "cultura" principalmente andando al cinema: in linea generale, in Campania oltre il 70% non ha mai usufruito di musei e mostre, siti archeologici e monumenti, concerti di generi musicali differenti, teatro, spettacoli sportivi e luoghi di ballo come discoteche o balere. Inoltre, tra il 72% e il 74,1% non ha mai letto un libro o un quotidiano. Soltanto nel caso del cinema, la quota di persone che non hanno mai partecipato scende in maniera significativa (48,2%), confermando una tendenza presente in tutte le macro-regioni d'Italia nonché a livello nazionale. In altre parole, il cinema si conferma il principale canale di partecipazione culturale per la popolazione campana, quantomeno rispetto alla classificazione di cultura e attività culturali

Cultura come driver trasversale di sviluppo territoriale

proposta dall'indagine multiscopo "Aspetti della vita quotidiana"
dell'Istat.

Promozione di iniziative di studio e ricerca socioeconomica a supporto della programmazione e valutazione delle politiche di coesione della Regione Campania

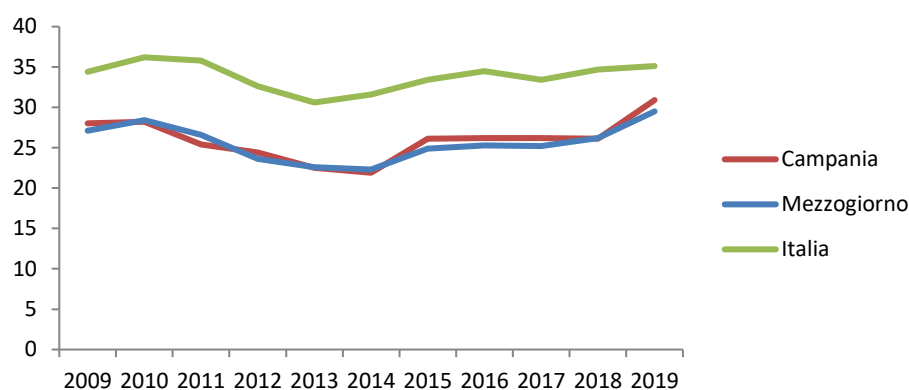
Tab. 8. *Partecipazione culturale: valori percentuali per tipologia di attività, anno 2019*

Territorio	Non hanno fruito di spettacoli fuori casa						Non hanno letto		Nessuna delle precedenti attività (c)		
	Musei, mostre	Siti archeologici e monumenti	Concerti di musica classica	Altri concerti	Teatro	Cinema	Spettacoli sportivi	Discoteche, balere, ecc.		Quotidiani (a)	Libri (b)
Campania	71,0	73,6	88,5	80,0	78,4	48,2	72,7	79,3	74,1	72,0	27,4
Nord-ovest	62,0	68,8	88,3	78,4	76,9	49,7	74,1	79,5	59,7	50,8	16,2
Nord-est	60,4	67,8	87,8	76,1	77,3	50,3	72,4	78,4	55,3	50,6	14,3
Centro	64,0	67,3	87,7	77,2	75,8	47,3	73,0	79,2	63,2	56,2	19,3
Sud	73,4	76,1	88,1	77,7	79,8	51,0	73,2	79,7	71,8	70,5	28,9
Isole	74,7	75,1	88,7	79,7	80,9	51,6	75,6	77,6	69,9	69,1	27,5

Fonte: elaborazione su dati Istat, "Indagine Aspetti della vita quotidiana" (2020)

Importante però sottolineare l'andamento positivo degli ultimi anni: dal 2009 al 2019, in Campania la quota di persone che ha partecipato almeno una volta a un'attività culturale fuori casa è passata dal 28% al 31%. Si tratta di un aumento dell'1% su base annua che ritroviamo, media, in tutte le regioni del Mezzogiorno. A livello nazionale, invece, la quota di partecipazione è rimasta sostanzialmente stabile (Fig. 10).

Fig. 10. Percentuale di persone che ha partecipato ad attività culturali fuori casa, Campania, Mezzogiorno e Italia, anni 2009-2019

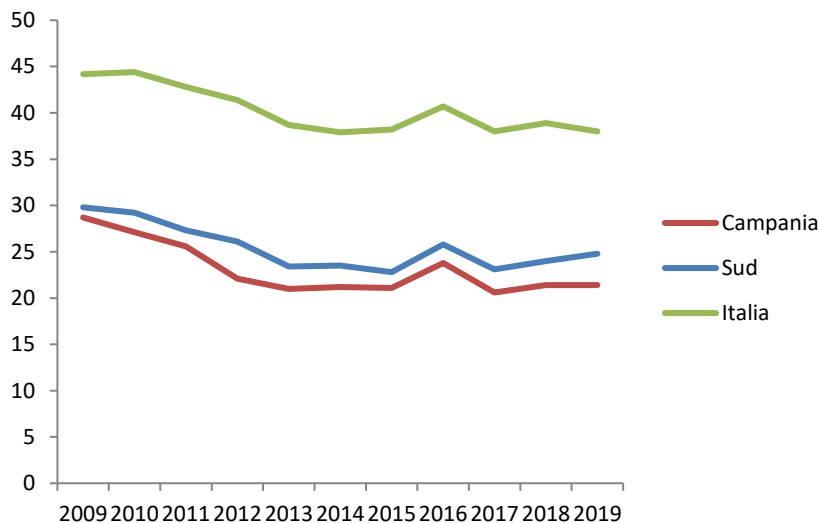


Fonte: elaborazione su dati Istat, "Indagine Aspetti della vita quotidiana" (2020).

Negativa, invece, la variazione dei dati sulla lettura: la quota di lettori di libri e quotidiani cala del 3% in Campania dal 2009 al 2019 (passando dal 28,7% al 21,4%), del 2% al Sud e dell'1% in Italia (Fig. 11).

Promozione di iniziative di studio e ricerca socioeconomica a supporto della programmazione e valutazione delle politiche di coesione della Regione Campania

Fig. 11. Percentuale di persone che ha letto almeno un libro o quotidiano, Campania, Mezzogiorno e Italia, anni 2009-



Fonte: elaborazione su dati Istat, "Indagine Aspetti della vita quotidiana" (2020).

Il dato è sicuramente influenzato dal concomitante sviluppo di nuove modalità di comunicazione e di lettura rese possibili dalle nuove tecnologie in campo, ma anche i dati di accesso alle biblioteche sembrano confermare che la Campania sia una delle regioni in cui si legge meno: il 44% delle biblioteche ha registrato fino a 500 ingressi nel 2019, a fronte di un mero 3% delle biblioteche con oltre 10.000 accessi. In Emilia-Romagna, Toscana e Lombardia circa il 23%, il 19% e il 16%, rispettivamente, delle biblioteche supera i 10.000 ingressi (Fonte: Istat, "Indagine sulle biblioteche pubbliche e private", anno 2020).

3. "Grandi attrattori" e turismo

Il divario Nord-Sud quasi se azzera se si considerano tre indicatori, nello specifico: numero di siti di rilevanza nazionale e dal comprovato valore attrattivo; arrivi e presenze nella regione; e soddisfazione dell'esperienza di visita.

Patrimonio di rilevanza nazionale e attrattività

A testimonianza della grande ricchezza artistico-culturale concentrata in alcune aree del Paese, non solo in Campania la densità del patrimonio museale è nettamente superiore alla media nazionale, come già illustrato nella Sezione 2, ma quasi la metà dei 44 siti nazionali che beneficiano di autonomia gestionale si trova tra Lazio e Campania, che ne contano rispettivamente dieci e nove (in Campania: Biblioteca e Complesso Monumentale dei Girolamini, Museo Archeologico Nazionale di Napoli, Museo e Real Bosco di Capodimonte, Palazzo Reale di Napoli, Parco Archeologico dei Campi Flegrei, Reggia di Caserta, Parco Archeologico di Pompei, Parco Archeologico di Paestum e Velia, Parco Archeologico di Ercolano). I musei autonomi sono amministrati da un direttore, affiancato da un consiglio di amministrazione e da un comitato scientifico. Tra i compiti del direttore rientra la fissazione dell'importo dei biglietti d'ingresso e degli orari di apertura, oltre all'elaborazione del progetto di gestione del museo, al fine di rendere il lavoro più snello ed efficace rispetto ad obiettivi, tra gli altri, di promozione e valorizzazione turistica.

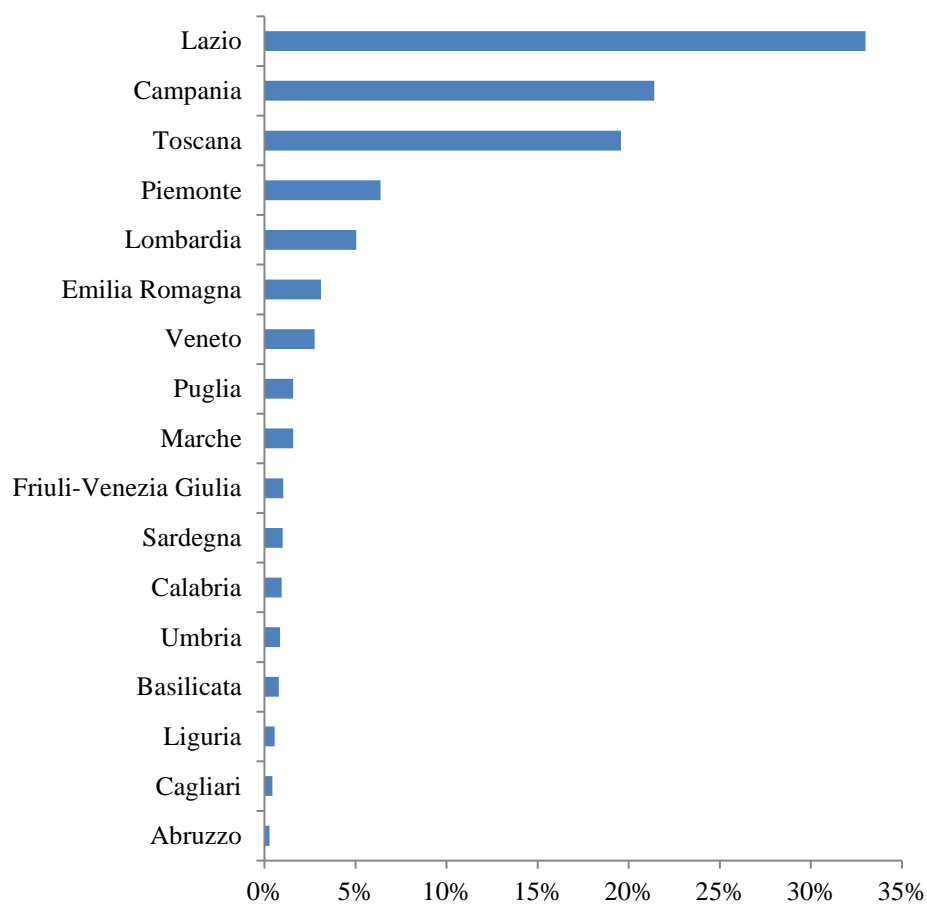
La Campania accoglie inoltre 64 dei 479 musei, monumenti ed aree archeologiche statali, che, nel 2019, hanno attirato oltre 10 milioni di visitatori, ossia l'85% del totale del Mezzogiorno, dato che conferma il primato campano nell'attrazione di un bacino di domanda culturale al Sud. Tale numero rappresenta anche il 18,4% del totale nazionale (Fig.12). Si tratta di un dato straordinario, poiché la Campania è la seconda regione in Italia, dopo il Lazio, per incidenza dei visitatori sul totale nazionale, ed è ovviamente la prima del Sud, superando regioni come la Toscana o il Veneto, particolarmente dense di città e luoghi d'arte.

Chiave il ruolo dei c.d. "grandi attrattori" tra cui il Parco archeologico di Pompei che ha attirato ben 3.935.791 nel 2019, collocandosi al terzo posto dei siti di rilevanza nazionale più visitati, dopo il Colosseo e il Museo degli Uffizi. Ma non è il solo. Sempre nel 2019, con oltre 7 milioni di ingressi e 58,3 milioni di euro di introiti, ben otto dei 30 musei statali più visitati in Italia si trovano in Campania. Si tratta del Parco archeologico di Pompei, della Reggia di Caserta, del Museo Archeologico Nazionale, del Parco Archeologico di Ercolano, del Parco Archeologico

Promozione di iniziative di studio e ricerca socioeconomica a supporto della programmazione e valutazione delle politiche di coesione della Regione Campania

di Paestum, el Palazzo Reale di Napoli, di Castel Sant’Elmo e del Museo Capodimonte. Questi, da soli, rappresentano il 19% degli ingressi nazionali a tutti i musei, monumenti ed aree archeologiche statali e il 24% degli introiti complessivi, ossia il 74% e il 90%, rispettivamente, del totale visitatori e introiti per il Mezzogiorno.

Fig.12. *Incidenza % dei visitatori sul totale nazionale dei musei, monumenti e aree archeologiche statali, anno 2019*

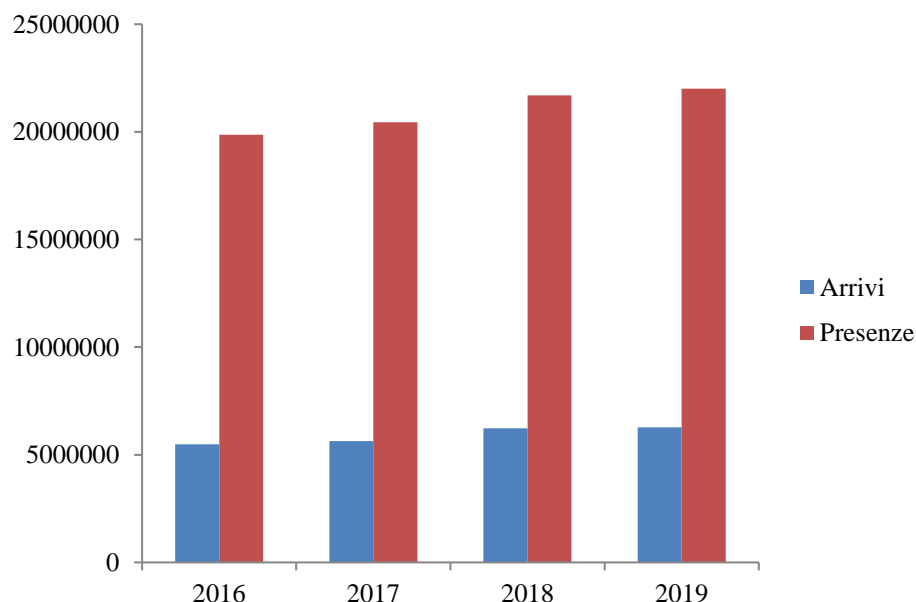


Fonte: elaborazione su dati MIC - Ufficio di statistica, Rilevazione Musei, Monumenti e Aree Archeologiche Statali 2019.

Arrivi e presenze

Il sistema turistico campano ha visto negli ultimi anni un quadro di sviluppo molto positivo. Nel periodo 2016-2019 si assiste a una crescita costante dei flussi turistici, con dati di maggior rilievo nel periodo 2017-2018 (+ 10,52% per gli arrivi e +6,06% per le presenze) e che raggiungono i 6.279.795 di arrivi e i 22.013.245 di presenze nel 2019. Aumenta inoltre, seppur più lentamente, l'incidenza della regione Campania sul totale delle presenze e degli arrivi in Italia, con quote che vanno dal 4,7% e 4,9% nel 2016 al 4,8% e 5% nel 2019.

Fig. 13. Arrivi e presenze in Campania, anni 2016-2019



Fonte: elaborazione su dati Sistema Campania.

Della crescita dei flussi turistici beneficiano tutte le province della Campania, anche se quelle di Napoli e Salerno continuano ad assorbire la stragrande maggioranza degli arrivi e delle presenze totali della regione.

Promozione di iniziative di studio e ricerca socioeconomica a supporto della programmazione e valutazione delle politiche di coesione della Regione Campania

Tab. 9. Arrivi e presenze per provincia: valori assoluti e quote su totale Campania, anni 2016-2018

Anno	Provincia	Valori assoluti		Quota su totale Campania	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
2016	Caserta	318.672	876.973	6%	4%
2017	Caserta	332.197	929.788	6%	5%
2018	Caserta	450.356	1.224.019	7%	6%
2016	Benevento	35.668	81.359	1%	0%
2017	Benevento	40.488	95.546	1%	0%
2018	Benevento	79.509	169.387	1%	1%
2016	Napoli	3.799.073	13.141.453	69%	66%
2017	Napoli	3.874.765	13.164.758	69%	64%
2018	Napoli	4.158.223	14.230.811	67%	66%
2016	Avellino	82.410	152.069	2%	1%
2017	Avellino	78.068	154.957	1%	1%
2018	Avellino	118.595	240.255	2%	1%
2016	Salerno	1.263.370	5.659.214	23%	28%
2017	Salerno	1.264.076	5.895.560	22%	29%
2018	Salerno	1.355.651	5.300.299	22%	24%
2016	Campania	5.492.496	19.872.576	100%	100%
2017	Campania	5.641.166	20.449.600	100%	100%
2018	Campania	6.234.863	21.689.412	100%	100%

Fonte: elaborazione su dati Sistema Campania e Istat.

Leggermente in flessione, invece, la permanenza media, che passa da 3,6 a 3,5 giorni dal 2016 al 2019. Si tratta di una permanenza comunque superiore a quella che si registra, in media, sul territorio nazionale, anche questa in calo (dai 3 ai 2,9 giorni dal 2016 al 2019) (Fonte: Sistema Campania su dati Istat).

L'esperienza turistica

I dati di una recente indagine della Banca d'Italia⁵ rilevano il grado di soddisfazione espresso dai turisti per varie tipologie di viaggio e destinazione, in un range che oscilla tra 1 (pessimo) e 10 (ottimo). Gli intervistati sono invitati a dare un giudizio sui seguenti aspetti: *a*) accoglienza e simpatia degli abitanti; *b*) città e opere d'arte; *c*) paesaggio, ambiente naturale; *d*) strutture ricettive; *e*) pasti; *f*) prezzi; *g*) qualità e varietà dei prodotti nei negozi; *h*) informazioni e servizi per i turisti; *i*) sicurezza dei turisti. Gli intervistati forniscono inoltre un giudizio complessivo riguardo alla propria esperienza di viaggio.

Per quanto riguarda il giudizio complessivo, a fronte di una valutazione del Paese pari a 8,45 nella media del periodo 2007-15, il Nord Est appare la macroarea meglio posizionata, con un giudizio pari a 8,55. Appaiono invece inferiori alla media le valutazioni del Nord-Ovest (8,38) e del Mezzogiorno (8,39). La Campania, però, ottiene una valutazione pari al valore medio nazionale, con un netto miglioramento nel giudizio dal 2007-2008 (8,2).

Il dato sulla valutazione dell'esperienza turistica sembra per altro in linea con una più recente indagine condotta da Doxa su un campione rappresentativo della popolazione italiana⁶. Ne risulta che il 95% degli italiani che si è recato in Campania per una vacanza negli ultimi 5 anni raccomanda la regione come meta di un viaggio. La stessa percentuale esprime un giudizio altamente positivo - voto medio pari a 8,5 su un massimo di 10 - sull'esperienza vissuta nelle località campane. Altra informazione rilevante all'interno dell'indagine è che il 45% del campione ha progettato una vacanza per la prossima estate in Italia e ha eletto la Campania sul podio delle regioni più ambite del nostro Paese. La regione è infatti terza, dopo Sardegna e Puglia, come possibile meta per le prossime vacanze in Italia.

Alla base di questi ottimi indici di gradimento nei gusti degli italiani ci sono il mare e le isole del Golfo di Napoli, seguiti dai siti culturali e dai borghi delle aree interne. L'attrattiva della regione sembra inoltre

⁵ Banca d'Italia (2018). Turismo in Italia Numeri e potenziale di sviluppo.

⁶ Fonte: <http://regione.campania.it/it/printable/08-07-2021-comunicato-n-99-il-caso-studio-della-promozione-turistica-campana-dati-incoraggianti-dall-indagine-doxa>.

essere anche diretta conseguenza dell'operazione "Isole Covid free", che il 67,6% del campione intervistato ritiene utile per promuovere il turismo in Campania e in Italia.

4. *Gli impatti della pandemia da Covid-19*

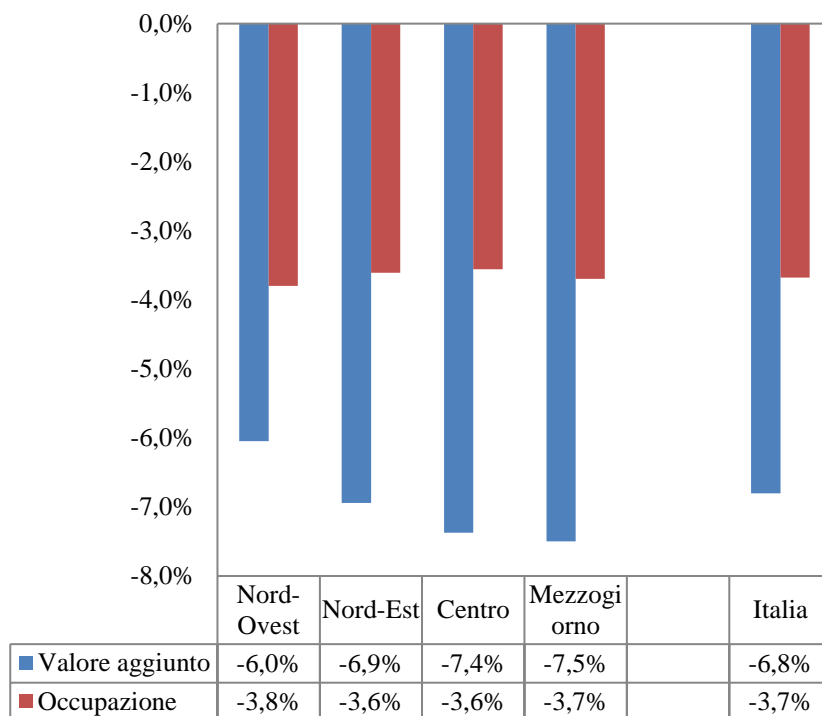
Mentre nelle crisi tradizionali, le attività manifatturiere sono generalmente tra le più colpite a causa dell'impatto sulla domanda di beni durevoli, la diffusione della pandemia di Covid-19 e il successivo lockdown nazionale, ha colpito per gran parte dell'anno la domanda dei servizi più interessati dalle misure per il contenimento dei contagi tra cui, notoriamente, le attività culturali e ricreative e i servizi turistici, come mostrano i dati presentati nelle pagine che seguono.

Settori culturali e creativi

Se il 2019, in linea con gli anni precedenti, mostra una dinamica positiva sia in termini occupazionali che di valore prodotto, la pandemia da Covid-19 non solo ha arrestato questo trend ma ha avuto effetti profondi e prevedibilmente duraturi sull'economia delle filiere culturali e creative.

Con l'arrivo della pandemia, il differenziale tra le due aree del Paese - già ben presente prima dell'arrivo del Covid-19 - appare ulteriormente peggiorato. Il valore aggiunto delle filiere culturali e creative (-7,5%), infatti, ha registrato una dinamica peggiore di quella media nazionale (-6,8%). L'impatto sull'occupazione riflette invece il dato medio nazionale (-3,7%) (Fig. 14).

Fig. 14. *Variazione percentuale di valore aggiunto e occupazione per macro regioni, anni 2019-2020*



Fonte: elaborazione su dati Symbola-Unioncamere (2020, 2021).

La Campania ha però mostrato una certa resilienza rispetto alle altre regioni del Mezzogiorno con una riduzione del valore aggiunto e dell'occupazione pari a, rispettivamente, -7,62% e -3,44%. La Basilicata e il Molise registrano le contrazioni peggiori su valore prodotto (-9,16% in Basilicata) e lavoro (-4,17% in Molise).

Promozione di iniziative di studio e ricerca socioeconomica a supporto della programmazione e valutazione delle politiche di coesione della Regione Campania

Tab. 10. *Variazione percentuale di valore aggiunto e occupazione per le regioni del Mezzogiorno, anni 2019-2020*

Regioni del Mezzogiorno	Variazione 2019-2020	
	Valore aggiunto	Occupazione
Abruzzo	-8,12%	-3,32%
Molise	-8,81%	-4,17%
Campania	-7,62%	-3,44%
Puglia	-6,78%	-3,77%
Basilicata	-9,16%	-3,49%
Calabria	-6,71%	-3,57%

Fonte: elaborazione su dati Symbola-Unioncamere (2020, 2021).

Al di là del dato quantitativo, che rispecchia solo in parte gli impatti su questi settori - in particolare a causa dell'elevato numero di lavoratori autonomi che, per questioni metodologiche, questi dati non catturano - è importante sottolineare anche gli impatti "qualitativi" della pandemia. La perdita o cambio di lavoro di molti professionisti determina infatti una grave perdita di un capitale umano altamente specializzato, la cui preparazione ha richiesto anni di studio e di pratica e che sarà difficile ripristinare nel breve termine. A questo si aggiunge la necessità di introdurre rapidamente nuove competenze digitali in questi settori, al fine di far tesoro delle nuove opportunità di produzione, comunicazione e accesso alla cultura accelerate dalla pandemia. Non si tratta semplicemente di rendere disponibili contenuti culturali su piattaforme web e social media, ma piuttosto di capire se e come il digitale rappresenti un'opportunità per potenziare l'accesso al patrimonio culturale quale veicolo di coesione sociale e di benessere. Non solo. La pandemia da Covid-19 rende più urgente che mai affrontare sfide epocali quali il cambiamento climatico e l'aumento delle disuguaglianze (di genere, generazionali, economiche, socio-culturali, ecc.). Anche questo si traduce per i settori culturali nella necessità di acquisire nuove competenze che posizionino i professionisti della cultura in maniera strategica rispetto a tali sfide, la cui risoluzione è al cuore dell'Agenda 2030 nonché dei piani nazionali di ripresa e resilienza adottati da tutti i paesi dell'UE. Non si tratta quindi soltanto di introdurre nuovi standard, per esempio, per l'efficientamento energetico di teatri, musei, sale concerto e festival, ma soprattutto di capire come questi settori e professionisti possano agire tramite la leva più potente di cui dispongono - la cultura - per incoraggiare la comprensione e

l'adozione di valori e comportamenti in grado di accompagnare lo sviluppo sostenibile dei nostri territori.

Turismo

La pandemia ha bruscamente interrotto i viaggi di piacere e di lavoro su tutto il territorio nazionale (nonché europeo e mondiale), generando effetti senza precedenti anche nel settore turistico. I danni causati al turismo dalla diffusione del Covid-19 hanno infatti provocato una perdita di fatturato ben peggiore di quella registrata per la crisi economico finanziaria del 2009, evento che fino a questo momento aveva fatto registrare gli impatti più significativi nel settore.

In Campania, la pandemia si è tradotta in una perdita di arrivi e presenze del 64,74% e del 67,54%, rispettivamente, nel periodo 2019-2020, se si considerano tutti gli esercizi ricettivi. Interessante però notare che il turismo *open-air* - qui inteso come forma di vacanza che coincide con il soggiorno in camping e villaggi turistici - è tra i segmenti di turismo che, sebbene influenzati dalla pandemia da Covid-19, hanno saputo meglio contenere le perdite nel corso del 2020 (-50,84% e -57,54% nella regione), a conferma di una sempre maggiore sensibilità e attenzione per la ricerca di vacanze a contatto con la natura che si era già affermata negli anni precedenti alla crisi innescata dalla pandemia. Anche tra gli agriturismi la perdita è stata più contenuta (-49,94% e -54,78% per arrivi e presenze).

Tab. 11. *Arrivi e presenze in Campania per tipologia di esercizio e variazione percentuale, anni 2019-2020*

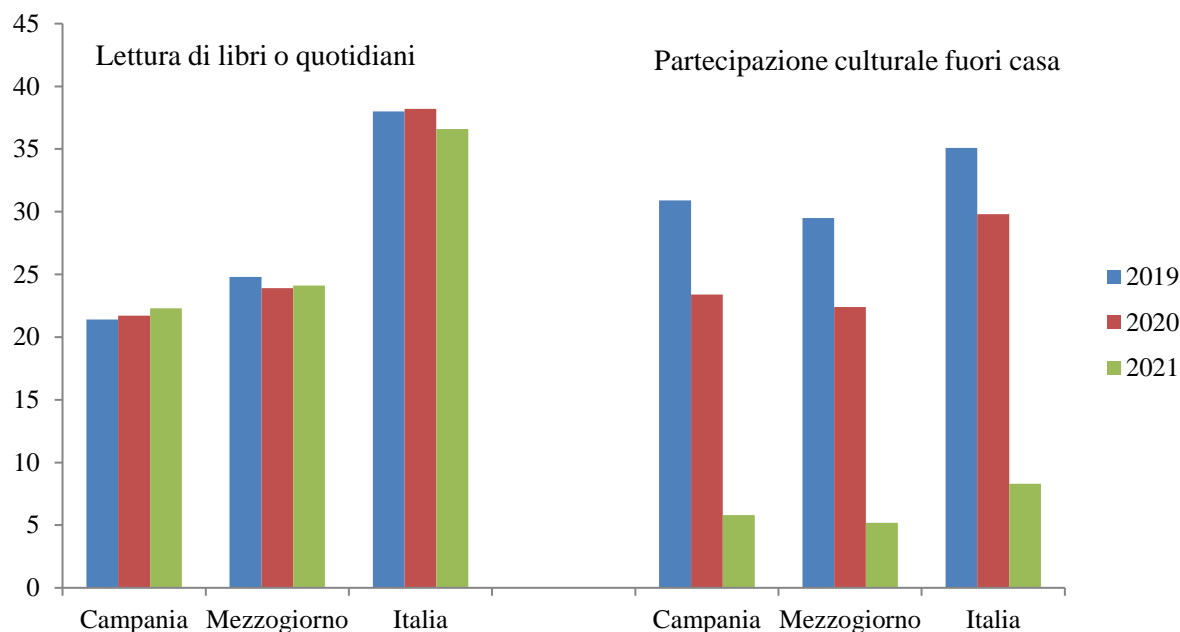
	2019		2020		Variazione 2019-2020	
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
Tipologia di esercizio						
totale esercizi ricettivi	6.279.795	22.013.245	2.214.180	7.281.574	-64,74%	-66,92%
esercizi alberghieri	5.165.238	17.315.739	1.810.169	5.620.401	-64,95%	-67,54%
esercizi extra-alberghieri	1.114.557	4.697.506	404.011	1.661.173	-63,75%	-64,64%
<i>campeggi e villaggi turistici</i>	298.792	2.161.013	146.875	917.466	-50,84%	-57,54%
<i>alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale</i>	441.473	1.428.625	142.361	414.572	-67,75%	-70,98%
<i>agriturismi</i>	40.777	120.376	20.413	54.433	-49,94%	-54,78%
<i>bed and breakfast</i>	201.747	549.327	58.275	149.950	-71,11%	-72,70%
<i>altri esercizi ricettivi</i>	131.768	438.165	36.087	124.752	-72,61%	-71,53%

Fonte: elaborazione su dati Sistema Campania e Istat.

Partecipazione culturale

A conferma del drastico impatto che la pandemia da Covid-19 ha generato sulla domanda di servizi culturali, le più recenti statistiche Istat mostrano un significativo calo di partecipazione ad attività culturali fuori casa. In Campania, la quota di persone che hanno partecipato ad almeno un'attività nei 12 mesi precedenti è passata dal 30,9% nel 2019, al 23,4% nel 2020 al 5,8% nel 2021. Si tratta di un crollo molto simile a quello registrato nell'intero Mezzogiorno (29,5%, 22,4%, 5,2%) e a livello nazionale (35,1%, 29,8%, 8,3%). In Campania, però, migliora la percentuale di persone che leggono, sia rispetto al 2019 che al 2020 (dal 21,4% al 21,7% al 22,3%), anche se in misura di gran lunga minore rispetto alla concomitante riduzione di consumi culturali fuori casa - che è stata verosimilmente compensata, almeno in parte, dalle nuove modalità di partecipazione culturale online accelerate dalla pandemia (Fig. 15).

Fig. 15. *Quota di persone che hanno partecipato ad almeno un'attività culturale in Campania, nel Mezzogiorno e in Italia, anni 2019-2021*



Fonte: elaborazione su dati Istat, "Indagine Aspetti della vita quotidiana" (2020).

I consumi culturali sono ovviamente diminuiti anche se guardiamo agli ingressi al patrimonio culturale della regione. Nel 2020, gli ingressi ai musei, monumenti ed aree archeologiche statali in Campania sono calati del 69,12% e gli introiti dell'80% circa. La riduzione è stata molto simile a livello nazionale (-75,68% e -78,31%, rispettivamente) (Fonte: Mic, Ufficio di Statistica, rilevazione 2020).

5. *Considerazioni conclusive in vista del POR 2021-2027*

Cultura e turismo in Campania: principali risultati pre- e post-pandemia

La Campania si distingue chiaramente tra le regioni del Mezzogiorno, con risultati in termini di valore aggiunto e occupazione generati dai settori culturali e creativi che vanno ben oltre i dati medi per il meridione. Anche il terzo settore mostra un certo dinamismo in termini di

capacità di sviluppo di nuove progettazioni di rigenerazione urbana a base culturale, come ben dimostra il caso della Cooperativa La Paranza a Napoli.

Tuttavia, permane e peggiora, a causa della crisi sanitaria ed economica innescata dalla pandemia da Covid-19, il divario con il resto d'Italia, soprattutto con le regioni più virtuose del Nord. Se la Lombardia - in prima posizione su tutti gli indicatori di economia culturale e creativa - si configura come vero e proprio *'outlier'* nel panorama nazionale, la Campania resta molto distante anche dalle regioni come Lazio e Veneto, in seconda e terza posizione in termini di occupazione e valore aggiunto. Stesso risultato se si prendono in considerazione le province: nessuna, tra quelle campane, compare tra le prime 20 in Italia per occupazione culturale e creativa e valore aggiunto.

Se la bassa produttività - presente in queste filiere ma anche, più in generale, nell'economia regionale nel suo complesso - può in parte spiegare la mancata espansione dell'economia culturale e creativa in Campania, a questo si aggiunge la mancanza di una chiara specializzazione produttiva d'eccellenza, al pari della moda a Milano o del cinema a Roma.

Al netto degli effetti della pandemia, il turismo nella Regione è invece in continua espansione, con percentuali di crescita che hanno raggiunto le due cifre tra il 2017 e il 2018 (+10% degli arrivi). La cultura è chiaramente uno degli elementi cardine dell'attrattività della regione, come ben dimostrano gli oltre 10 milioni di arrivi registrati negli istituti di rilevanza nazionale nel 2019, pari al 18% del totale nazionale. Secondo uno studio del 2015 della Banca d'Italia, inoltre, l'esperienza di turismo culturale in Campania è molto positiva (voto: 8,5 su 10) ed in miglioramento rispetto al periodo 2007-2008 (8,2). Il quadro è però meno roseo se si guarda alla distribuzione dei flussi turistici, in grandissima parte concentrati nelle province di Napoli e Salerno, dove per altro si trovano i grandi "attrattori culturali" come il Parco archeologico di Pompei.

Anche i tassi di partecipazione culturale, tra i più bassi in Italia ma più elevati di quelli registrati in regioni del Sud come Molise, Basilicata e Calabria, sono in crescita: nel 2019, il 31% dei residenti ha partecipato almeno una volta a un'attività culturale fuori casa, rispetto al 28%

nel 2009 (+1% su base annua). Inoltre si è notevolmente ridotto il divario con il dato medio nazionale: da una differenza di circa 9 punti percentuali nel 2018 a una di circa 4 nel 2019. Peggiorano, invece, e di molto, i dati sulla lettura (dal 28,7% al 21,4% dal 2009 al 2019 la percentuale di persone che ha letto almeno un libro o un quotidiano nei 12 mesi precedenti l'intervista).

La pandemia ha avuto effetti inauditi su cultura e turismo, che non hanno eguali con tutte le crisi precedenti, e che hanno profondamente colpito tutte le regioni d'Italia in particolare quelle del Mezzogiorno. I dati su valore aggiunto, arrivi e presenze turistiche e partecipazione culturale fuori casa presentati in questo Report danno una chiara idea della gravità dell'impatto subito e che ha arrestato tutti i positivi trend di crescita registrati negli ultimi anni in entrambi i comparti.

Al di là della situazione contingente, la crisi ha reso evidente la necessità, in particolare per i settori culturali e creativi, di far rapidamente tesoro dell'accelerazione digitale che ha caratterizzato questi ultimi due anni, al fine sviluppare nuove modalità di interazione con il pubblico nonché nuovi modelli di business - aspetti su cui si registra un certo ritardo, soprattutto nel comparto culturale pubblico. Ma la crisi offre soprattutto l'opportunità, per questi settori, di adeguare il proprio operato alle grandi sfide mondiali - dal cambiamento climatico alle disuguaglianze - la cui risoluzione richiede risposte tecniche (e.g. efficientamento energetico delle filiere) ma soprattutto culturali.

Un quadro di policy particolarmente favorevole per cultura, creatività e turismo

La preparazione del POR 2021-2027 giunge in una stagione di politiche pubbliche particolarmente favorevole per i settori culturali e creativi.

Innanzitutto, dopo 15 anni dall'adozione della prima Agenda europea per la cultura nel 2007, l'Unione europea può oggi contare su un pacchetto consolidato di comunicazioni e programmi di finanziamento che riconoscono a pieno titolo il ruolo strategico della cultura e dei settori culturali e creativi per lo sviluppo socio-economico, e sostenibile, dei nostri territori. La Commissione europea ha recentemente pubblicato una

Promozione di iniziative di studio e ricerca socioeconomica a supporto della programmazione e valutazione delle politiche di coesione della Regione Campania

guida⁷ che presenta 20 diversi programmi e iniziative europei (da Europa Creativa, a Erasmus+ al programma di ricerca e innovazione *Horizon Europe*, per citarne alcuni, senza dimenticare la *New European Bauhaus* quale braccio “culturale” del *Green Deal* europeo) di cui possono beneficiare questi settori, a patto di sviluppare progettualità in linea con gli obiettivi - diversi e complementari - che questi programmi perseguono.

Secondo, e anche alla luce di questo rinnovato quadro europeo, la regione Campania ha già avviato nell’ambito dei POR precedenti numerose misure a sostegno del patrimonio culturale, di attività culturali e creative di tipo imprenditoriale e del turismo, quali assi di differenziazione strategica a sostegno dell’innovazione e della competitività regionale. Per esempio, in linea con POR Campania FESR 2014-2020 - Asse 2 “ICT e Agenda Digitale”, la Regione Campania ha recentemente lanciato il portale Cultura Campania⁸, che permette ad amministrazioni, operatori, ricercatori e cittadini di navigare online sul territorio regionale attraverso esperienze immersive, ricostruzioni 3D e tour virtuali che mostrano, in una modalità innovativa, i luoghi e i beni culturali che ne fanno parte. La Regione ha inoltre lanciato un bando di supporto all’innovazione nelle imprese creative che ha permesso di finanziare prodotti, servizi e progetti che spaziano da nuove modalità di gestione e conservazione del patrimonio culturale alla produzione e/o fruizione di contenuti culturali, con uno stanziamento complessivo di 15,5 milioni di euro, a valere sul POR Campania FESR 2014-2020⁹. La Regione ha anche istituito un Fondo per piccole e medie imprese creative con una dotazione finanziaria pari a 40 milioni di euro da spendere nel biennio 2021-2022 al fine di promuovere la nascita, lo sviluppo e il consolidamento delle imprese operanti in questi settori (v. Articolo 1 della Legge di Bilancio n. 178/2020).

Non da ultimo, i settori culturali e creativi hanno fatto il loro ingresso nell’agenda politica nazionale, come ben dimostra la presenza di diverse misure dedicate al sostegno a questi settori anche all’interno del

⁷ La guida è consultabile [qui](#).

⁸ Per accedere al portale: <https://porfesr.regione.campania.it/it/news/primo-piano/online-il-portale-dell-ecosistema-digitale-per-la-cultura-della-regione-campania>.

⁹ Per i progetti finanziati, vedasi:

<http://www.regione.campania.it/assets/documents/295x200-imprese-culturali-corretto-2.pdf>.

Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) dell'Italia (8,13 miliardi di euro). Nello specifico, nell'ambito della Missione 1 «Digitalizzazione, innovazione, competitività, cultura e turismo» Componente 3 «Turismo e Cultura 4.0», l'intervento 3 «Industria Culturale e Creativa 4.0» l'investimento 3.3 per 155 milioni di euro intende affrontare due sfide generali, strettamente legate ai principi del *Next Generation EU* e delle politiche europee. La prima è supportare la ripresa delle attività culturali incoraggiando l'innovazione e l'uso della tecnologia digitale lungo tutta la catena del valore. La seconda mira a incentivare l'approccio verde lungo tutta la filiera culturale e creativa. Inoltre, l'intervento 1 «Patrimonio culturale per la prossima generazione» prevede tre investimenti per creare un patrimonio digitale della cultura e migliorare l'accessibilità dei luoghi della cultura e la sostenibilità ambientale in termini di efficientamento energetico di musei, cinema e teatri (pubblici e privati); mentre l'intervento 2 «Rigenerazione di piccoli siti culturali, patrimonio culturale, religioso e rurale» intende sostenere lo sviluppo turistico/culturale nelle aree rurali e periferiche.

POR FESR 2021-2024: verso un approccio evidence-based

La stagione feconda che stiamo vivendo offre l'opportunità, alla Regione Campania, di sviluppare un nuovo POR che non solo si allinei con le grandi priorità stabilite dall'Europa e già ben presenti nel PNRR (in particolare: inclusione nei confronti di persone con disabilità, i giovani, le donne e il Sud, digitale e sviluppo verde), nell'obiettivo di fronteggiare le grandi sfide globali, ma anche di far tesoro di quanto appreso negli anni per fare della cultura e della creatività assi di competitività e crescita sostenibile.

I dati analizzati in questo Report mostrano chiaramente la necessità di **sostenere imprese e progetti creativi, distinguendo cosa è realmente innovativo e ha margini di crescita** da ciò che riflette una "semplice" capacità di sperimentazione. In questo senso, un'analisi dettagliata delle diverse tipologie di interventi finanziati dal bando regionale per le imprese creative sopra menzionato, nonché dei diversi *business model* sottostanti le organizzazioni beneficiarie sarebbe di grande ausilio alla comprensione della direzione che i nuovi programmi di finanziamento dovrebbero intraprendere. Da una prima analisi sembra infatti emerge-

re il diverso portato innovativo delle imprese supportate. Delle premialità specifiche potrebbero per esempio essere introdotte per quelle realtà che non semplicemente fanno uso di nuove tecnologie ma che disegnano, sviluppano e producono nuovi prodotti e servizi interamente pensati “nel” e “per” il digitale, e non semplicemente “adattati” al digitale. Se per esempio la digitalizzazione di un archivio può essere il punto di partenza di una nuova strategia di valorizzazione di un’istituzione culturale, alla digitalizzazione non sempre corrisponde lo sviluppo di nuovi prodotti e servizi che prevedano delle modalità di fruizione innovative. In altre parole, occorre studiare le potenzialità sociali e di mercato della varietà di attori che compongono i settori culturali e creativi (dalle imprese *for profit* al terzo settore), affinando la disponibilità di dati su queste diverse realtà e sviluppando programmi e misure *evidence-based*. Delle misure di internazionalizzazione potrebbero inoltre completare il quadro di sostegno alle imprese culturali e creative più promettenti.

La rinnovata attenzione al **digitale** è inoltre occasione di sviluppo di nuove modalità di fruizione ma anche di promozione del ricco **patrimonio** regionale. Ma occorre capire dove focalizzare gli sforzi, considerato il divario, in termini di attrattività, di “**grandi attrattori**” e “**siti minori**”, e pensando al digitale come **strumento di arricchimento e non di sostituzione della visita fisica**. Interessante a questo proposito anche capire in che modo le istituzioni culturali intendono approcciare il digitale, considerando che questa resta un’area prioritaria di investimento del PNRR, in linea con le indicazioni europee. Una recente indagine dell’Istat ci offre dei dati interessanti in questo senso: mentre mentre lo sviluppo di collaborazioni con enti del territorio, tra cui le scuole, è la principale area di intervento strategico identificata dal 56% degli istituti museali intervistati, delle percentuali di gran lunga inferiori punterebbero su “Avvio o completamento dell’attività di digitalizzazione delle collezioni (23,1%), “Coinvolgimento del pubblico a distanza attraverso soluzioni narrative digitali e forme interattive online” (20,3%), “Attività di formazione per lo sviluppo delle competenze digitali del personale” (9,9%) o ancora “Presenza nel Web come produttori ed editori di specifiche produzioni e proposte culturali” (6,6%) (Fonte: Istat, “Indagine sui musei e le istituzioni similari”, anno 2021). La scelta ricade dunque principalmente su progetti di natura sociale e culturale sul territorio, forse

segno di un rinnovato interesse per il potenziamento della funzione sociale e culturale dei musei dopo gli effetti devastanti della pandemia. L'efficacia dei prossimi investimenti si giocherà necessariamente sulla capacità degli amministratori regionali di riportare a unità questi diversi punti di vista (su digitalizzazione, presenza web, ecc.), verso il raggiungimento di obiettivi comuni. Va in particolare chiarito se e come il digitale possa allora diventare strumento (e non il fine) di un piano d'azione che abbia al centro lo **sviluppo sociale e culturale del territorio**, e attraverso quali misure (di supporto alla digitalizzazione, di formazione, ecc.).



SVIMEZ

Associazione per lo sviluppo
dell'industria nel Mezzogiorno

via di Porta Pinciana, 6
00187 Roma
Tel. +39 06 478501
segreteria@svimez.it
www.svimez.it