



Università
Ca' Foscari
Venezia

DIPARTIMENTO DI MANAGEMENT

**CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN AMMINISTRAZIONE, FINANZA E
CONTROLLO**

TESI DI LAUREA

**NONPROFITE CULTURA. IL CASO DI PORDENONE LEGGE E IL SUO
IMPATTO ECONOMICO SUL TERRITORIO**

Relatore

Prof. Marcon Giuseppe

Laureando

Docì Arnido

Matricola 861003

ANNO ACCADEMICO 2017/2018

INDICE

INTRODUZIONE	4
1. IL NON PROFIT	5
1.1. Cenni storici	5
1.2. Terminologie e classificazioni	6
1.3. Fondamenta teoriche	11
1.4. Rilevanza economica.....	16
1.5. La riforma delterzo settore	26
1.5.1. Introduzione.....	26
1.5.2. Aspetti contabili e fiscali	29
1.6. Valutazione dell'impatto sociale.	30
1.6.1. Nuovo status, nuove sfide.	30
1.6.2. Una metodologia comune.....	33
1.7. Proposta di una metodologia: SEIE	38
2. IL SETTORE CULTURALE E CREATIVO	44
2.1. Il sistema culturale italiano	44
2.1.1. Cenni storici.....	44
2.1.2. Le politiche pubbliche per la cultura	45
2.1.3. Turismo, musei e intrattenimento.....	52
2.2. L'impatto economico e occupazionale della cultura.....	57
2.2.1. Impostazione metodologica	58
2.2.2. Dimensione economica del settore culturale e creativo	59
2.3. La riforma dei musei, l'art bonus e altre misure in favore della cultura.....	68
3. IL NON PROFIT NELL'AMBITO DELLA CULTURA	74
3.1. Introduzione e classificazioni	74
3.2. Rilevanza economica ed occupazionale.	74
3.2.1. La macroarea Cultura, sport e ricreazione	74
3.2.2. Cultura	78
3.2.3. Sport	80
3.2.4. Ricreazione	81
4. IL CASO DI PORDENONELEGGE.....	83
4.1. La Fondazione pordenonelegge.it	83
4.2. La festa del libro con gli autori e il suo impatto sul territorio	85
4.2.1. Impatto economico.....	87

4.2.2. Impatto fiscale e occupazionale	91
4.2.3. Impatto sociale	93
4.2.4 .Indici di bilancio e solidità gestionale	95
Bibliografia.....	101

INTRODUZIONE

Lo sviluppo economico è una premessa indispensabile per il benessere sociale e il progresso della nostra società. Attualmente stiamo uscendo dalla crisi economica del 2007, la più grande degli ultimi settant'anni. Anche se il livello occupazionale è ritornato più o meno ai livelli pre-crisi, il numero di ore lavorate in Italia è molto minore rispetto al 2007. Le diseguaglianze economiche e sociali sono cresciute, il debito pubblico è aumentato e la fiducia dei cittadini nelle istituzioni è ai minimi storici. Affinché un'economia progredisca in modo duraturo e sostenibile c'è bisogno del capitale sociale (le persone) e del capitale economico (il denaro). Ebbene la cultura è un indicatore fondamentale per analizzare lo stato del capitale sociale della nostro paese. Una società acculturata e istruita ha fiducia nel futuro e nel prossimo, riuscendo a mettere insieme il benessere personale e lo sviluppo sociale. L'emblema di questo connubio è rappresentato dall'impegno sociale nel non profit.

Gli studi e i censimenti più recenti analizzano il modo in cui la società italiana si sta impegnando a sostegno dei bisogni sociali sempre più importanti per la coesione della nazione e la conservazione dei valori democratici. Milioni di volontari sono impegnati in attività di sostegno in favore delle categorie più disagiate ed emarginate. Molti di essi stanno dando un prezioso contributo per la promozione e la valorizzazione degli innumerevoli luoghi di cultura e d'arte di cui è disseminato il "bel paese". Grazie al contributo di milioni di volontari e di lavoratori molto istruiti, il settore non profit (detto anche "terzo settore") sta acquisendo una dimensione strutturale nell'economia italiana. Esso sta assumendo delle proporzioni sempre più rilevanti sia in termini di fatturato che in termini di numero di occupati. Per questo motivo l'Istat ha recentemente deciso di avviare un monitoraggio statistico periodico del fenomeno per venire in aiuto sia agli operatori del settore che anche al legislatore affinché introduca delle norme adatte a questa realtà sempre più rilevante.

La cultura è un collante importante che spinge molti giovani ad impegnarsi e lavorare per gli enti senza scopo di lucro che vengono ancora percepite come marginali o poco remunerativi. La consapevolezza culturale e l'impegno civile costituiscono il motore di questo settore e vanno in controtendenza rispetto ad alcune carenze strutturali, come l'evasione fiscale, la lacerazione e il disimpegno sociale, che per troppo tempo hanno afflitto la nostra economia e la società tutta.

Dopo un'analisi generale del terzo settore, è utile considerare un caso specifico in rappresentanza del non profit: la Fondazione pordenonelegge.it. Questa Fondazione è impegnata nella diffusione della cultura, nella coesione sociale e nella promozione del territorio. Pordenonelegge.it organizza il festival del libro con gli autori nella città di Pordenone. Nella sua attività la Fondazione evidenzia gli elementi più importanti del settore non profit: il volontariato, la lettura, il turismo culturale e lo sviluppo sostenibile. Il festival del libro è un esempio incoraggiante di collaborazione positiva tra le istituzioni pubbliche e un ente senza scopo di lucro. Per poter misurare l'impatto di questo festival sul territorio è stato commissionato uno studio che prende in considerazione gli aspetti economici, fiscali, occupazionali e sociali della manifestazione.

1. IL NON PROFIT

1.1. Cenni storici

Lo sviluppo degli istituti non profit è storicamente dipeso ed è stato influenzato da fattori sociali, politici, economici e culturali di ogni paese, tanto che si parla di embeddedness del settore. Per questo, lo sviluppo di questi istituti ha seguito percorsi diversi in paesi diversi.

Gli Stati Uniti sono leader mondiali in questo settore, sia per rilevanza economica che per dimensioni economiche e per innovazioni nel modello di gestione. A differenza dell'Europa, negli Stati Uniti non c'erano istituzioni ecclesiastiche forti, e preesistenti strutture feudali che potessero condizionare le iniziative sociali. Il nuovo mondo era fondato sull'iniziativa individuale, un governo di tipo federale e grande importanza delle autonomie e delle comunità regionali. La società americana è sempre stata molto aperta e multiculturale sin dalle sue origini. Sono questi gli ingredienti che hanno dato il via a numerose iniziative di promozione sociale, assistenza medica, diffusione dell'istruzione e della cultura.

In Europa la situazione era diversa. Per secoli è stata la chiesa ad occuparsi del sostentamento dei più poveri e dell'istruzione della popolazione. Il primo tentativo di affrontare in modo sistemico la povertà e l'indigenza da parte delle autorità temporali risale al 1601, con la legge sui poveri emanata dalla regina Elisabetta I. In seguito, dopo la rivoluzione francese, si delineò una netta distinzione tra la religione e lo stato laico e indipendente. Così i governi forti e centralizzati in molti paesi dell'Europa cominciarono ad affrontare i problemi sociali e i bisogni fondamentali come la sanità e l'istruzione, in particolare.

La crisi economica del 1928 segnò un punto di svolta in tutto l'occidente in quanto la crisi aumentò gravemente la disoccupazione e accentuò la povertà e i problemi sociali. Così nacque il moderno welfare state (lo stato sociale). In Europa si introdussero dei sistemi fiscali estremamente progressivi con aliquote molto alte per le persone più agiate. Con il ricavato di queste tasse gli stati poterono affrontare in modo capillare e molto più efficace i bisogni fondamentali della popolazione. Questa situazione durò fino agli anni 80' quando il governo Thatcher nel Regno Unito cominciò a riformare l'economia applicando le teorie liberiste. Ci furono una serie di privatizzazioni delle grandi imprese pubbliche e si cominciò a smantellare lo stato sociale (welfare state). Il modello inglese venne seguito da molti altri paesi tra cui anche l'Italia.

Fino a quel momento l'economia era dominata da una visione dualistica dove da una parte c'era il mercato (le imprese private) e dall'altra parte c'era lo stato e le sue istituzioni. Negli Stati Uniti prevaleva (e prevale tuttora) una visione liberista con un ruolo predominante del capitalismo e dell'economia di mercato. In Europa invece prevaleva una visione socialdemocratica dell'economia con un ruolo maggiore del settore pubblico rispetto agli Stati Uniti.

Lo smantellamento del "welfare state" iniziato negli anni 80' nel Regno Unito cambiò completamente lo status quo perché molti servizi essenziali che prima venivano offerti dal settore pubblico, dopo le privatizzazioni cominciarono ad essere offerte dai privati a prezzi molto più alti e con logiche di mercato. Ciò provocò una reazione della società civile in tutti i paesi perché per molte persone alcuni settori essenziali come la sanità e l'istruzione sono incompatibili con le logiche del mercato. Così, negli anni 2000' si cominciò a parlare di "terza via" per l'economia nel Regno Unito. La terza via è un ibrido tra il primo settore (imprese private) e il secondo settore (istituzioni pubbliche) in quanto mette insieme logiche di gestione delle imprese private con una missione sociale, allo scopo servire il bene comune e non il profitto.

1.2. Terminologie e classificazioni

Negli ultimi trent'anni ci sono stati numerosi studi sulla cosiddetta "terza via", anche grazie alla crescita e alla rilevanza economica che essa sta assumendo. Si parla pertanto di: settore non profit, istituzioni non profit, associazioni, fondazioni, comitati, organizzazioni non governative, ONLUS, economia sociale, terzo settore, associazioni di volontariato, imprese sociali, imprese socialmente impegnate, ecc.

Oltre a questi termini, come se non bastasse, ci sono definizioni e significati diversi per ognuna delle precedenti espressioni nonostante i tentativi di unificazione fatti dall'Unione europea. Tutto ciò rende confusionario lo studio del fenomeno non profit. Anche per quanto riguarda gli studi economici sul terzo settore, c'è da dire che diversi significati e definizioni comportano difformità nei dati e nei valori presi in considerazione e ciò genera incongruenze nelle conclusioni dei diversi studi. Se a ciò si aggiungono le differenze tra le legislazioni dei diversi paesi appare chiara la necessità di fare intanto chiarezza sui termini del fenomeno.

Per iniziare, si può tentare di fare una descrizione a livello macroeconomico del fenomeno per poi addentrarci più in profondità nei dettagli. Attualmente l'economia si può dividere in tre settori:

- primo settore: comprende le imprese private che sono guidate dalla logica del profitto e fondate sul capitale economico.
- secondo settore: comprende le istituzioni pubbliche di vario livello (locale, regionale, nazionale ed europeo).
- terzo settore: comprende una grande varietà di istituti che hanno in comune il fatto di essere private ed indipendenti e che pongono l'enfasi sulla promozione del bene comune e dell'utilità sociale oltre che sulla sostenibilità economica delle loro attività.

Gli elementi principali di questi settori si possono sintetizzare nel seguente schema:

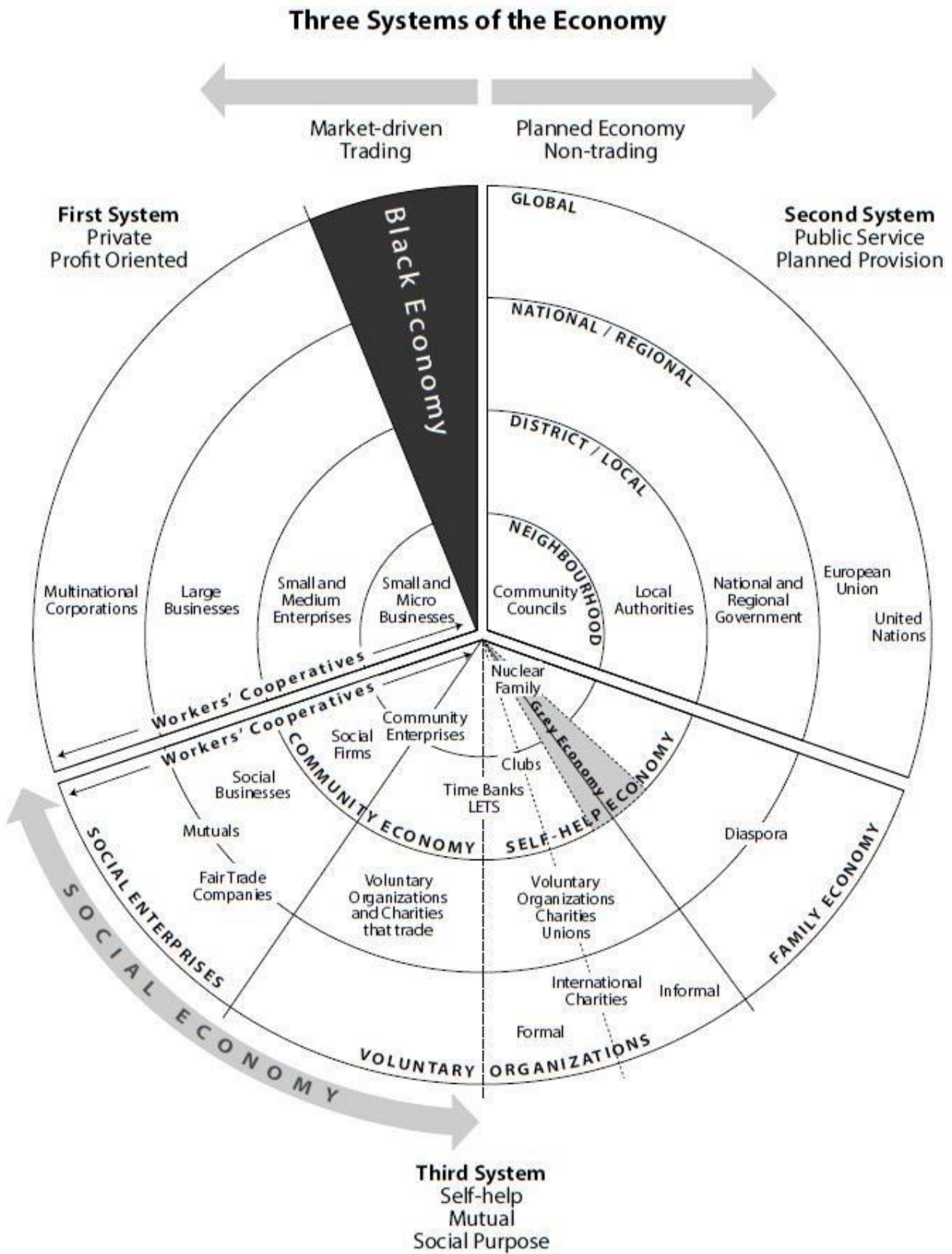
Tabella 1.1. Caratteristiche principali dei tre settori dell'economia

Elementi Principali	Settore privato	Settore pubblico	Terzo settore
1. Proprietari	Azionisti	Cittadini	Membri
2. Scelta della governance	Scelta degli azionisti di maggioranza	Elezioni pubbliche	Elezioni private
3. Priorità operative	Scelte individuali e meccanismi di mercato	Scelte collettive e servizio pubblico	Impegno su una particolare missione sociale
4. Risorse umane principali	Lavoratori pagati	Dipendenti pubblici	Membri e volontari
5. Risorse economiche	Ricavi delle vendite	Tasse	Donazioni, quote, patrimoni ereditari

Fonte : ripreso e tradotto da: Billis, *Hybrid organizations and the third sector: challenges for practice, theory and policy*. Basingstoke, Hampshire, UK, 2010. pp 9-10.

La composizione di questi settori è rappresentata in un modo molto interessante dallo schema sottostante:

Figura 1.1.



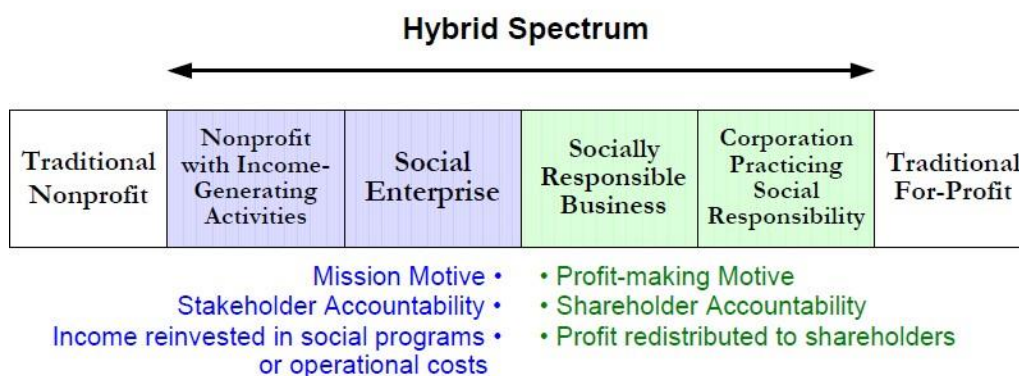
Mentre i primi due settori sono caratterizzati da una certa omogeneità al loro interno (almeno per quanto riguarda i principi fondamentali), nel terzo settore c'è una grande varietà ed eterogeneità di organizzazioni. Cerchiamo di entrare più in dettaglio nel terzo settore.

Si può dire che l'unica cosa che hanno in comune gli istituti del terzo settore è il fatto che nella loro missione c'è il perseguimento dell'utilità sociale. Tutto il resto è diverso.

In ogni caso non bisogna pensare che la distinzione dei settori sia così netta e i loro confini perfettamente delineati. Ci sono delle zone ibride tra i diversi settori. Per esempio non è sempre chiaro se un'impresa a controllo pubblico (come Poste Italiane o l'Eni) faccia parte del primo settore o del secondo, perché queste imprese hanno delle caratteristiche proprie del primo settore (come l'economicità e il perseguimento del profitto) ma possono essere usate per finalità pubbliche in quanto controllate dallo stato.

Se cercassimo di guardare con una lente di ingrandimento il confine che separa il settore dell'economia di mercato da quello non profit si potrebbe delineare la seguente situazione, schematizzata dal modello di Kim Alter:

Figura 1.2.



Fonte: Kim Alter, *Social Enterprise Typology*, Virtual Values LLC, 2007. pag 23

Non profit tradizionale.

Gli istituti non profit tradizionali sono organizzazioni senza scopo di lucro che perseguono delle finalità di utilità sociale. "Senza scopo di lucro" significa che gli eventuali utili che provengono dalle donazioni volontarie e dalla buona gestione, non possono essere distribuiti tra i dirigenti o gli operatori ne in modo diretto ne sotto forma di benefit indiretti. Gli eventuali utili devono essere reinvestiti nell'attività dell'istituto. Tali organizzazioni fanno largo uso di personale che offre il proprio operato in modo gratuito e partecipa volontariamente alle diverse attività. Le organizzazioni non profit tradizionali, secondo la presente classificazione, non svolgono attività economiche di mercato. Ciò implica che si sostengono solo attraverso donazioni e contributi volontari.

Non profit con attività generatrici di reddito.

Ci sono poi moltissimi istituti non profit che svolgono attività economiche accessorie (o secondarie) il cui ricavato viene utilizzato per sostenere le attività istituzionali dell'organizzazione. Hanno sempre il divieto di distribuire gli eventuali utili economici. Sono sempre di più le non profit che fanno uso di tali attività economiche che risultano spesso vitali per la sostenibilità finanziaria delle loro attività istituzionali. Anche il modello di gestione (management) di queste organizzazioni assomiglia sempre di più alle imprese private di mercato. Da un lato questo è utile perché, nonostante il fatto che l'aspetto economico non possa costituire la mission di una non profit, ignorare questo aspetto potrebbe portare a sprecare delle risorse preziose e mettere a repentaglio l'attività di utilità sociale. Dall'altro lato però si rischia di snaturare queste organizzazioni e di uniformarle alle esigenze del mercato.

Impresa sociale.

E' un'impresa che usa tecniche commerciali ed è gestita con un approccio imprenditoriale ma la sua attività è strumentale a servire o migliorare un problema sociale o a mitigare un fallimento del mercato. Quindi la finalità è sociale.

Business socialmente responsabile.

Sono imprese commerciali "for profit" (con fini di lucro) che perseguono un fine duale:

- remunerare i portatori di capitale di rischio dell'impresa.
- contribuire a delle attività di utilità sociale.

Gran parte degli utili di queste imprese sono destinate a finalità sociali.

Responsabilità sociale d'impresa.

Negli ultimi anni ci sono molte imprese "for profit" (con scopo di lucro) che, oltre a svolgere la loro attività economica per remunerare i portatori di capitale di rischio e gli altri portatori di interesse, sono impegnate in iniziative di "filantropia strategica". La filantropia strategica comprende una serie di attività ad utilità sociale che non sono collegate al "core business" dell'impresa ma che vengono svolte per migliorare l'immagine e la reputazione di quest'ultima, per fidelizzare la clientela e per migliorare la soddisfazione dei dipendenti. In questo caso le attività filantropiche sono funzionali alle attività economiche, esattamente l'opposto di quello che succede negli enti non profit. Un esempio può essere il caso della Coca Cola che finanziò il restauro del Palazzo Ducale di Venezia nel 2010 e in cambio ottenne di poter apporre il proprio logo sulle impalcature delle ristrutturazioni.

Infine, secondo la definizione introdotta da Salamon e Anheier nel 1992, dal punto di vista strutturale gli enti non profit devono essere:

1. Organizzati: devono avere una struttura e degli organi di gestione, di controllo e di coordinamento.

2. Privati: devono essere espressione dell'iniziativa privata e indipendenti dalle istituzioni pubbliche.
3. Gestiti in modo autonomo (autogestione): le difficoltà nel reperimento dei fondi possono rendere un ente non profit fortemente dipendente dai donatori o dalle istituzioni pubbliche ma ciò non deve intaccare l'autonomia gestionale dell'ente.
4. Senza scopo di lucro: gli enti non profit non possono distribuire gli eventuali utili tra i fondatori o gli amministratori ma devono investire tali utili nel perseguimento della loro missione.
5. Volontari: oltre che espressione dell'autonomia privata di negoziazione, gli enti non profit devono fare ricorso al contributo del lavoro volontario. Nella maggior parte dei casi il contributo dei volontari è essenziale per la sostenibilità di queste istituzioni.

1.3. Fondamenta teoriche

Dopo aver definito e analizzato la composizione del settore non profit si può proseguire, analizzando la tipologia di beni e servizi che tale settore offre e perché.

Per cominciare, il settore pubblico offre tendenzialmente beni e servizi pubblici. Affinché un bene si possa definire pubblico esso deve essere caratterizzato da:

- non escludibilità nel consumo: non è possibile escludere le persone che non hanno pagato dalla fruizione del bene.
- non rivalità nel consumo: la fruizione del bene da parte di un individuo non impedisce ad un altro di fruire dello stesso bene.

Per esempio la difesa nazionale o l'illuminazione pubblica sono beni pubblici "puri" perché soddisfano sia la caratteristica della non escludibilità sia quella della non rivalità nel consumo. Infatti anche se un cittadino non pagasse le tasse godrebbe lo stesso dell'illuminazione pubblica delle strade e non ci sarebbe modo di impedirgli di usufruire di questo servizio.

All'estremo opposto poi ci sono i beni "privati puri" che per essere definiti tali devono soddisfare le seguenti caratteristiche:

- escludibilità nel consumo: se il cliente non paga non può ottenere il bene.
- rivalità nel consumo: la fruizione del bene da parte di un individuo impedisce ad altri di usarlo.

In realtà però pochi beni sono puri, cioè completamente privati o completamente pubblici. Nella maggior parte dei casi i beni sono ibridi perché in alcuni casi assomigliano di più ai beni pubblici e

in altri casi assomigliano ai beni privati. Si parla perciò di beni "quasi pubblici" e di beni "quasi privati" secondo il seguente schema:

Tabella 1.1. Tipologie di beni e loro caratteristiche.

	Escludibile	Non escludibile
Rivalità nel consumo	Beni privati puri (ristorante)	Beni quasi pubblici (l'attività della pesca)
Non rivalità nel consumo	Beni quasi privati (musei)	Beni pubblici puri (polizia, illuminazione pubblica)

Fonte: tradotto da: Helmut K. Anheier, (2014) *Nonprofit organizations (theory, management, policy)*, Second edition. pag 200

Con i cambiamenti tecnologici il bene può cambiare natura ed essere visto in modo diverso. E' il caso delle trasmissioni radiotelevisive. Originariamente il segnale televisivo era un bene pubblico puro perché chiunque aveva un'antenna e un televisore poteva guardare la tv. Non c'era modo di escludere una persona e di impedirgli di ricevere il segnale. Con l'introduzione del digitale terrestre e dei decoder a pagamento, oggi è possibile mandare il segnale solo agli utenti che si sono abbonati al servizio e si possono escludere tutti gli altri. Così questo bene oggi è diventato in parte privato.

Dopo aver definito le caratteristiche principali dei beni pubblici e privati, vediamo ora chi fornisce questi beni nella nostra società.

I beni pubblici sono offerti dal settore pubblico. Il motivo è che, non essendo possibile escludere gli utenti che non pagano dall'utilizzo del bene, si crea una forte tentazione a comportamenti opportunistici che si chiamano anche "free-raiding". In pratica, se un cittadino sa che godrà comunque dell'illuminazione pubblica anche se non paga, gli verrà la forte tentazione di non pagare e di usufruire di un servizio pagato dagli altri. Questo fatto scombussola la legge della domanda e dell'offerta e impedisce al settore privato di fornire l'illuminazione pubblica perché molte persone non pagherebbero e sarebbe molto più difficile stabilire un prezzo equo per il bene. Le pubbliche autorità invece hanno il potere di riscuotere le imposte per pagare i servizi pubblici.

I beni privati invece vengono forniti dalle imprese private. Essendo possibile escludere dalla fruizione di questi beni gli utenti che non pagano, qui non c'è il problema del "free-raiding" precedentemente analizzato. Le imprese private poi sono più efficienti del settore pubblico nel capire la quantità dei beni richiesti dal mercato e, usando la legge della domanda e dell'offerta, riescono a dare un prezzo equo ai beni privati.

Nel caso dei beni ibridi invece, ci sono delle peculiarità che mettono in discussione il dualismo pubblico-privato ed evidenziano delle mancanze nei primi due settori dell'economia.

Il problema del settore pubblico è la sua rigidità e l'eccessiva burocratizzazione. Ciò limita il campo di azione delle istituzioni e ne rallenta l'operato. Per far fronte a queste mancanze nel settore pubblico si segue spesso la logica dell'elettore mediano. In altre parole si cerca di soddisfare solo le esigenze della maggioranza della popolazione, lasciando da parte le minoranze etniche,

religiose, politiche o comunque le richieste di un numero di persone considerato troppo piccolo per avere un peso mediatico o elettorale. Questo accade per esigenze elettorali e di consenso della classe politica. E' pertanto necessario che qualcuno soddisfi i bisogni delle minoranze nella società visto che il settore pubblico non lo può fare.

Ci sarebbe il settore privato. Ma anche qui ci possono essere dei problemi. Per prima cosa il mercato non è affatto perfetto come si potrebbe pensare. Affinché un mercato sia perfetto deve avere le seguenti caratteristiche:

- le persone dovrebbero comportarsi sempre in modo razionale e prendere sempre le decisioni che massimizzano il loro benessere economico che dovrebbe prevalere su qualsiasi altra considerazione di ordine morale, culturale o psicologico.
- tutti gli attori dell'economia devono conoscere tutte le informazioni necessarie per prendere le decisioni. Tali informazioni devono essere prontamente disponibili e a costi molto accessibili.
- non ci devono essere costi di transazione, costi di scelta della controparte dovuti a problemi di sfiducia reciproca o possibilità di comportamenti scorretti (moral hazard).
- non ci devono essere monopoli od oligopoli economici in grado di distorcere la legge della domanda e dell'offerta. Nessun attore economico, per quanto grande, deve poter influenzare i prezzi del mercato. I prezzi devono rappresentare esattamente il valore dei beni ed incorporare in se tutte le informazioni che riguardano tali beni.

Nella realtà tutto ciò è praticamente impossibile.

Partiamo con la presunta razionalità economica che dovrebbe guidare tutte le scelte nella vita delle persone. Ci sono molti studi recenti di economia comportamentale che dimostrano che le persone non ragionano sempre in modo razionale e che l'aspetto economico non è sempre la priorità numero uno per tutti. Si può prendere come esempio, a tale proposito, il sistema della donazione volontaria del sangue. In Italia il sangue si dona, non si vende. Quindi il donatore accetta di impiegare una parte del suo tempo ed è disposto a sottoporsi ad uno stress fisico e psicologico per poi non ricevere nessuna remunerazione economica per il sangue che dà. Ciò dovrebbe essere impossibile se si segue il principio della razionalità economica. Eppure succede. Ma c'è di più. In alcuni paesi, per aumentare le donazioni del sangue, si è scelto di pagare i donatori. Si è pensato che la possibilità di realizzare un guadagno economico avrebbe attirato molti più donatori, che prima non donavano perché non ci guadagnavano dal punto di vista economico. Sorprendentemente l'effetto che si ottenne fu la riduzione drastica del numero dei donatori. Dagli studi condotti si scoprì che le persone donavano il sangue per motivi tutt'altro che economici. La maggior parte dei donatori erano spinti dal desiderio di essere altruisti, aiutare i pazienti bisognosi di sangue e sentirsi importanti nella società. Questi fattori danno al donatore delle soddisfazioni morali ed aumentano la sua autostima. Il fatto di introdurre una remunerazione economica in cambio del sangue tolse immediatamente gli stimoli morali ed altruistici ai donatori. La donazione cominciò ad essere vista come un semplice business e il sangue come una merce qualsiasi che poteva essere comprata e venduta. Chi donava non si sentiva più portatore di una

missione altruistica per aiutare le persone in difficoltà e fare un gesto generoso per la società. Si sentiva solo un "fornitore di materie prime per una fabbrica del sangue". Cade dunque il presupposto di razionalità assoluta nell'economia.

Proseguiamo l'analisi con il presupposto dell'assenza di asimmetria informativa nel mercato. Questo è semplicemente irrealistico. E' evidente che non tutte le persone hanno accesso alle stesse informazioni. Ma anche se avessero accesso, non tutti hanno le stesse capacità intellettuali, lo stesso tempo a disposizione e la formazione necessaria per capire e valutare tutto ciò che si compra e si vende ogni giorno. Le imprese poi si trovano in una posizione di forza rispetto ai consumatori. L'impresa conosce quasi tutta la struttura dei costi di un prodotto mentre il consumatore spesso conosce solo il prezzo finale. Se il prezzo poi non rappresenta il reale valore del bene perché è falsato da comportamenti monopolistici e accordi di cartello tra le imprese, l'asimmetria informativa diventa enorme.

La mancanza di informazioni può generare sfiducia, da un lato, e la tentazione ad attuare comportamenti opportunistici dall'altro (trust goods theory). La sfiducia e i comportamenti opportunistici fanno aumentare i costi di transazione perché si devono fare molti controlli, chiedere delle garanzie e adottare scelte prudenti e tutto ciò costa e rallenta gli scambi economici. In tali casi si può parlare di fallimento del mercato.

Finché si parla di beni privati puri in genere non ci sono problemi. I mercati evoluti riescono a gestirli in modo efficiente e sono spesso il settore più adatto per la produzione e la commercializzazione di tali beni. I maggiori problemi sorgono quando si ha a che fare con beni o servizi che incorporano al loro interno aspetti psicologici, sociali, religiosi ed umanitari. Tali sono, per esempio, i "beni di merito", cioè dei beni il cui consumo genera delle esternalità positive molto favorevoli per tutta la società. Perciò si cerca di promuovere la loro diffusione oltre al livello della domanda di mercato perché se fossero forniti dal mercato questi beni sarebbero meno diffusi di quello che si ritiene il livello ottimale. Per esempio l'istruzione o la lettura sono considerati spesso beni di merito. Infatti è stata introdotta la scuola dell'obbligo per creare forzatamente una maggiore "domanda di istruzione" perché si ritiene che un popolo mediamente più acculturato e istruito è anche un popolo più civile, più laborioso e più rispettoso della legge.

Poi c'è il servizio sanitario che costituisce uno dei cardini del nostro stato sociale. In Italia la sanità è prevalentemente pubblica, anche se c'è una presenza non irrilevante di cliniche private. Negli Stati Uniti invece la sanità è prevalentemente privata. Ci sono molti studiosi autorevoli sia a sostegno della sanità pubblica sia della sanità privata e il tema sarebbe talmente vasto che esula dallo scopo di questa tesi. Il fatto è che seguendo l'ideologia liberista, in Europa, si sta progressivamente riducendo il ruolo dello stato nell'economia e quindi anche nel settore della sanità. La sanità privata ha molti pregi ma inevitabilmente genera un'offerta di servizi sanitari inferiore al livello ottimale per la società. Questo accade perché i prezzi delle cliniche private sono generalmente più alti delle tariffe pubbliche e ciò impedisce a molte persone poco abbienti di accedere alle cure. Una situazione di salute precaria di una parte rilevante della popolazione può comportare delle esternalità molto negative per l'intera società, come la diffusione di epidemie e

infezioni, bassa produttività dei lavoratori meno abbienti, conflitti sociali tra i cittadini di diversa estrazione economica e situazioni di degrado non degne di un paese civile.

Allora, la lentezza e la poca flessibilità del settore pubblico, unite ai fallimenti di mercato che si possono generare nel settore privato, lascia scoperto uno spazio sempre più rilevante di bisogni di beni quasi pubblici o quasi privati che non vengono soddisfatti in maniera ottimale né dal settore pubblico e né dal settore privato.

Da qui l'idea della terza via nell'economia, la via del non profit.

Ci si potrebbe chiedere perché il non profit potrebbe riuscire laddove il primo e il secondo settore incontrano delle difficoltà.

Da un lato il settore non profit è più attrezzato per affrontare il problema dell'eccessiva rigidità e burocratizzazione delle istituzioni pubbliche perché gli enti senza scopo di lucro sono espressione del territorio e sono strettamente legati ai bisogni di quelle minoranze spesso trascurate dallo stato a causa del loro ridotto peso politico.

Dall'altro lato gli enti non profit possono offrire un rimedio ai problemi dell'asimmetria informativa e ai fallimenti del mercato grazie all'assenza dello scopo di lucro. L'asimmetria informativa nel mercato non sarebbe così dannosa di per sé. Il problema maggiore è che la mancanza di informazioni spinge alcuni attori economici, che sono in posizione di forza, a comportarsi in modo scorretto e usare le informazioni a proprio favore e a scapito della controparte. Ciò genera sfiducia nella controparte. Se però l'attore economico che si trova in una posizione avvantaggiata è un ente non profit le cose cambiano. Dal momento che un ente senza scopo di lucro non persegue il profitto economico, come scopo principale, e non distribuisce gli utili tra i fondatori o gli amministratori, è meno indotto comportarsi in modo scorretto. Se poi pensiamo che per un ente non profit la reputazione è tutto, si capisce perché la maggior parte delle persone è più propensa a fidarsi maggiormente degli enti senza scopo di lucro piuttosto che delle imprese private di mercato.

Quanto sopra analizzato si può sintetizzare nel seguente schema (tipi di beni e settori che li forniscono):

Tabella 1.2. Tipi di beni e settori che li forniscono.

	Beni privati	Beni quasi pubblici	Beni pubblici
Mercato	SI	Controverso	NO, a causa dei fallimenti di mercato
Organizzazioni non profit	Controverso	SI	NO, a causa della mancanza di fondi e della legittimità
Settore pubblico	NO, a causa dell'inefficienza pubblica	Controverso	SI

Fonte: tradotto da: Helmut K. Anheier, (2014) *Nonprofit organizations (theory, management, policy)*, Second edition. pag 200

1.4. Rilevanza economica

In questo lavoro si fa riferimento soprattutto al "9° Censimento dell'industria, servizi e istituzioni non profit" svolto dall'Istat nel 2011. Il censimento precedente era stato effettuato nel 2001 e quindi si cercherà di illustrare l'evoluzione del settore non profit nel decennio 2001-2011.

Dalle rilevazioni dell'Istat si denota un certo radicamento e consolidamento del terzo settore nell'economia italiana. Le istituzioni non profit, alla data di riferimento del censimento, erano 301 mila unità. Esse davano lavoro a 681 mila lavoratori dipendenti e 276 mila lavoratori con contratti a termine o a progetto e si avvalevano della collaborazione di circa 4,7 milioni di volontari.¹

In termini percentuali gli enti non profit rappresentavano il 6,4% delle unità economiche attive in Italia e questo settore dava lavoro a 3,4% degli occupati.

Il censimento ha rilevato un aumento degli enti non profit del 28% nel decennio 2001-2011. Il numero di addetti è aumentato del 39,4% i volontari sono cresciuti del 43,5%.

Tabella 1.3. Numero delle istituzioni non profit e risorse umane impegnate-Censimenti 2011 e 2001.

	2011	2001	Var. % 11/01
Istituzioni non profit	301.191	235.232	28,0
Unità locali delle istituzioni non profit	347.602	253.344	37,2
Istituzioni con volontari	243.482	220.084	10,6
Volontari*	4.758.622	3.315.327	43,5
Istituzioni con addetti	41.744	38.121	9,5
Addetti (dipendenti)	680.811	488.523	39,4
Istituzioni con lavoratori esterni	35.977	17.394	106,8
Lavoratori esterni	270.769	100.525	169,4
Istituzioni con lavoratori temporanei	1.796	781	130,0
Lavoratori temporanei	5.544	3.743	48,1

Fonte: Rapporto del 16 aprile 2014, Ufficio stampa 9° Censimento dell'industria, servizi e istituzioni non profit. pag 1

Visti questi numeri la crescita del settore potrebbe apparire poderosa se teniamo conto anche della crisi economica del 2008 che ha colpito il nostro paese. In realtà gran parte di questa crescita è da imputarsi al miglioramento delle tecniche di rilevazione dell'Istat. C'erano molte istituzioni non profit esistenti nel 2001 ma che non erano state rilevate nel censimento precedente. Queste istituzioni sono state rilevate nel nuovo censimento e ciò aumenta il numero totale di istituzioni non profit attive nel 2011, ma tale aumento è solo illusorio. Appare dunque indispensabile entrare più in profondità, nell'analisi dei dati dell'ultimo censimento per comprendere quali valori di crescita e occupazione sono reali e quali sono imputabili alla variazione delle tecniche di misurazione. In particolare ci si può focalizzare su due indicatori chiave: il numero delle istituzioni non profit e l'occupazione in questo settore.

¹ G.P. Barbetta, G. Ecchia, N. Zamaro, (2016), Le istituzioni non profit in Italia, Il mulino. pag 32

Per quanto riguarda la demografia delle istituzioni senza scopo di lucro si è detto inizialmente che la crescita del numero di questi enti nel decennio 2001-2011 è stata notevole, passando da 235 mila unità a 301 mila unità (una crescita del 28%). Il problema è capire come si è arrivati a questi dati. Nel decennio preso in considerazione sono nati molti nuovi enti e molti altri hanno cessato la loro attività. Poi ci sono tanti enti storici che esistevano prima del 2001 e continuano ad esistere ancora. Infine esistevano in passato degli enti che non venivano rilevati dalle statistiche ufficiali. Nel libro di Brunetta, Ecchia, Zamaro (2016), *Le istituzioni nonprofit in Italia - Dieci anni dopo*, Il Mulino (pag 63), si cerca di formalizzare questi interrogativi attraverso un'equazione (un'identità):

$$R^{11} = R^{01} + N^{01-11} - C^{01-11} + E^{11}$$

dove:

R^{11} = numero delle istituzioni rilevate nel 2011,

R^{01} = numero delle istituzioni rilevate nel 2001,

N^{01-11} = numero delle istituzioni nate tra il 2001 e il 2011,

C^{01-11} = numero delle istituzioni cessate tra il 2001 e il 2011,

E^{11} = numero delle istituzioni rilevate solo nel 2011, ma già esistenti (seppur non correttamente rilevate) nel 2001 (cosiddette "emerse").

Il risultato di questa equazione e la seguente tabella:

Tabella 1.4. Demografia (numero) delle istituzioni non profit (2001-2011)

$R^{11} =$	$R^{01} +$	$N^{01-11} -$	$C^{01-11} +$	E^{11}
Istituzioni attive e rilevate nel 2011	Istituzioni attive e rilevate nel 2001	Istituzioni nate tra il 2001 e il 2011	Istituzioni cessate tra il 2001 e il 2011	Istituzioni esistenti nel 2001 e nel 2011, rilevate solo nel 2011
Rilevate nel 2011	Rilevate nel 2001	<<Saldo naturale>>		<<Emerse>>
301.191=	235.232+	141.451-	121.159+	45.666

Fonte: G.P. Barbetta, G. Ecchia, N. Zamaro, (2016), *Le istituzioni non profit in Italia*, Il mulino. pag 64

Dalla tabella emerge che dietro all'aumento sorprendente del numero delle istituzioni senza scopo di lucro, di 65.959 unità, si nasconde il fatto che gran parte di questi enti (45.666 unità) esistevano già ma non erano stati rilevati in passato. La vera crescita del numero delle istituzioni non profit è quella dovuta al cosiddetto "Saldo naturale", cioè alla differenza tra le nuove istituzioni nate e quelle che hanno cessato la loro attività nel periodo considerato. Il saldo naturale è positivo in quanto il numero di enti nati supera di 20.382 unità quello degli enti cessati. In altre parole il 70% della crescita del numero delle istituzioni non profit è una crescita fittizia in quanto imputabile al

perfezionamento delle tecniche di rilevazione, e solo il 30% della crescita prospettata inizialmente si può definire "reale".

Tabella 1.5. Tasso di crescita delle istituzioni non profit e sue componenti.

$(R^{11}-R^{01})/R^{01} =$	$N^{01-11}/R^{01} =$	$C^{01-11}/R^{01} +$	E^{11}/R^{01}
Variazione istituzioni 2001/2011	Istituzioni nate tra il 2001 e il 2011	Istituzioni cessate tra il 2001 e il 2011	Istituzioni esistenti nel 2001 e nel 2011, rilevate solo nel 2011
Crescita totale	<<Crescita naturale>>		<<Emerse>>
28% =	8,6% +		19,40%

Fonte: G.P. Barbetta, G. Ecchia, N. Zamaro, (2016), *Le istituzioni non profit in Italia*, Il mulino. pag 65

A conferma di quanto affermato precedentemente, la Tabella 1.5 evidenzia che la crescita aggregata del 28%, che era stata inizialmente prospettata, si traduce in una crescita reale dell'8,6%. Un dato positivo ma certamente lontano dall'aumento esplosivo degli enti non profit prospettato dai risultati finali. Questa è una conferma del fatto che non è importante sapere solo il risultato finale in quanto la comprensione delle dinamiche che portano a quel risultato può fare la differenza.

Il secondo aspetto che si voleva approfondire era la dinamica occupazionale nel settore tra il 2001 e il 2011. Anche qui viene in soccorso il lavoro di Barbetta, Ecchia e Zamaro (pagine 65,66), precedentemente citato, che risolve la questione attraverso un'equazione:

$$P^{11} | R^{11} = P^{01} | R^{01} + \Delta P^{01-11} | S^{01-11} + P^{11} | N^{01-11} - P^{01} | C^{01-11} + P^{11} | E^{11}$$

dove:

$P^{11} | R^{11}$ = personale (nel 2011) delle istituzioni rilevate nel 2011,

$P^{01} | R^{01}$ = personale (nel 2001) delle istituzioni rilevate nel 2001,

$\Delta P^{01-11} | S^{01-11}$ = variazione del personale (tra il 2001 e il 2011) delle istituzioni rilevate in entrambi gli anni, cioè delle istituzioni che esistevano sia nel 2001 che nel 2011 (crescita interna),

$P^{11} | N^{01-11}$ = personale (nel 2011) delle istituzioni nate tra il 2001 e il 2011,

$P^{01} | C^{01-11}$ = personale (nel 2001) delle istituzioni cessate tra il 2001 e il 2011,

$P^{11} | E^{11}$ = personale (nel 2011) delle istituzioni rilevate solo nel 2011, ma già esistenti (seppur non correttamente rilevate) nel 2001 (cosiddette "emerse").

Per maggiore chiarezza è utile osservare i dati della Tabella 1.

Tabella 1.6. Occupazione del settore non profit (2001-2011).

$P^{11} R^{11} =$	$P^{01} R^{01} +$	$\Delta P^{01-11} S^{01-11} +$	$P^{11} N^{01-11} -$	$P^{01} C^{01-11} +$	$P^{11} E^{11}$
Personale delle istituzioni attive e rilevate nel 2011	Personale delle istituzioni attive e rilevate nel 2001	Variazione del personale delle istituzioni rilevate sia nel 2001 che nel 2011	Personale delle istituzioni nate tra il 2001 e il 2011	Personale delle istituzioni cessate tra il 2001 e il 2011	Personale delle istituzioni esistenti nel 2001 e nel 2011, rilevate solo nel 2011
Rilevate nel 2011	Rilevate nel 2001	<<Crescita interna>>	<<Saldo naturale>>		<<Emerse>>
957.124=	592.791+	185.279+	234.508-	165.846+	110.392

Fonte: G.P. Barbetta, G. Ecchia, N. Zamaro, (2016), *Le istituzioni non profit in Italia, Il mulino*, pag 67

Qui ci sono due fattori molto interessanti da analizzare: la "crescita interna" e il "saldo naturale". L'aumento complessivo del numero degli occupati, tra il 2001 e il 2011, nel settore è stato di 364.333 unità. Questo aumento è dovuto, per più della metà, alla crescita occupazionale negli enti non profit esistenti in entrambi i periodi in osservazione. Questi enti possono costituire dunque una sorta di "nocciolo duro" del settore, in quanto, oltre ad affrontare con successo la recente crisi economica, hanno saputo espandersi e garantire buona parte della crescita occupazionale. Poi vanno considerati gli occupati che hanno trovato lavoro nelle nuove istituzioni non profit nate tra il 2001 e il 2011 e vanno messi a confronto con coloro che hanno perso il lavoro in questo periodo perché gli enti in cui collaboravano sono cessati e hanno chiuso l'attività. In questo caso il saldo è positivo perché gli occupati nelle nuove istituzioni non profit superano di 68.662 unità il numero di coloro che hanno perso il lavoro a causa della chiusura di alcuni enti. Infine appare tutt'altro che trascurabile il numero degli occupati già esistenti fin dal 2001 ma emersi solo più tardi grazie all'affinamento delle tecniche di misurazione: 110.392 lavoratori. Questo numero non dovrebbe essere considerato nel calcolo della crescita complessiva degli occupati del settore perché rappresenterebbe una crescita non reale. Tali lavoratori esistevano già, solo che non venivano rilevati.

Tabella 1.7. Componenti della crescita occupazionale.

Crescita totale del personale nel periodo 2001-2011	Crescita interna delle istituzioni sempre attive	Saldo naturale dell'occupazione delle istituzioni nate e cessate	Personale delle istituzioni emerse
61,5%=	31,3%+	11,6%+	18,60%

Fonte: G.P. Barbetta, G. Ecchia, N. Zamaro, (2016), *Le istituzioni non profit in Italia, Il mulino*. pag 67

Dunque la strabiliante crescita occupazionale del 61,5% nel settore non profit si traduce in una crescita "reale" di 42.9%, se togliamo gli occupanti emersi recentemente ma che esistevano già da prima. Nonostante il ridimensionamento, il dato occupazionale rimane estremamente positivo. Tale convinzione è rafforzata dal difficile contesto economico del periodo 2001-2011 a cui si riferiscono queste statistiche. In questo decennio la disoccupazione ha raggiunto livelli allarmanti, soprattutto dopo la crisi economica, e nonostante ciò il settore non profit ha saputo reinventarsi e andare in controtendenza rispetto al resto dell'economia.

Il settore non profit è caratterizzato da un forte dualismo sia territoriale che economico ed occupazionale. La maggior parte delle istituzioni e delle attività si trova nel Nord Italia e c'è una forte concentrazione delle risorse economiche e dei lavoratori in poche grandi organizzazioni.

Prima di addentrarci in analisi più specifiche bisogna evidenziare che l'Istat ha seguito il sistema INCPO per classificare le istituzioni non profit sulla base delle attività da esse svolte. In base a tale classificazione sono state individuate le seguenti dodici aree di attività (e ognuna di esse è suddivisa in sottoaree più specifiche):

Tabella 1.8. Classificazione INCPO delle aree di attività del settore non profit.

1. Cultura, sport e ricreazione
a) Attività culturali e artistiche
b) Attività sportive
c) Attività ricreative e di socializzazione
2. Istruzione e ricerca
a) Istruzione primaria e secondaria
b) Istruzione universitaria
c) Istruzione professionale e degli adulti
d) Ricerca
3. Sanità

<ul style="list-style-type: none"> a) Servizi ospedalieri generali e riabilitativi b) Servizi per lungodegenti c) Servizi psichiatrici ospedalieri e non ospedalieri d) Altri servizi sanitari
4. Assistenza sociale e protezione civile
<ul style="list-style-type: none"> a) Servizi di assistenza sociale b) Servizi di assistenza nelle emergenze c) Servizi di assistenza ai redditi (monetari e/o in natura)
5. Ambiente
<ul style="list-style-type: none"> a) Protezione dell'ambiente b) Protezione degli animali
6. Sviluppo economico e coesione sociale
<ul style="list-style-type: none"> a) Promozione dello sviluppo economico e coesione sociale della collettività b) Tutela e sviluppo del patrimonio abitativo c) Addestramento, avviamento professionale e inserimento lavorativo
7. Tutela dei diritti e attività politica
<ul style="list-style-type: none"> a) Servizi di tutela e promozione dei diritti b) Servizi legali c) Servizi di organizzazione dell'attività di partiti politici
8. Filantropia e promozione del volontariato
<ul style="list-style-type: none"> a) Erogazione di contributi filantropici b) Promozione del volontariato
9. Cooperazione e solidarietà internazionale
<ul style="list-style-type: none"> a) Attività di sostegno economico e umanitario all'estero
10. Religione
<ul style="list-style-type: none"> a) Attività di religione e culto
11. Relazioni sindacali e rappresentanza di interessi
<ul style="list-style-type: none"> a) Tutela e promozione degli interessi degli imprenditori e dei professionisti b) Tutela e promozione degli interessi dei lavoratori
12. Altre attività

Ora si può analizzare il dualismo territoriale che caratterizza il terzo settore in Italia.

Tabella 1.9. Dimensioni del settore non profit in Italia e nelle ripartizioni geografiche - Censimento 2011.

Ripartizioni geografiche	Unità istituzionali	Unità locali	Lavoratori retribuiti	Volontari
Valori assoluti anno 2011				
Nord ovest	82.883	96.503	319.753	1.411.154
Nord est	74.314	87.612	224.491	1.330.542
Centro	64.677	73.647	208.234	1.051.924
Sud	49.855	56.371	114.828	679.403
Isole	29.462	33.469	84.274	285.599
ITALIA (totale)	301.191	347.602	951.580	4.758.622
Valori percentuali anno 2011				
Nord ovest	27,5%	27,8%	33,6%	29,7%
Nord est	24,7%	25,2%	23,6%	28,0%
Centro	21,5%	21,2%	21,9%	22,1%
Sud	16,6%	16,2%	12,1%	14,3%
Isole	9,8%	9,6%	8,9%	6,0%
ITALIA (totale)	100%	100%	100%	100%

Fonte: G.P. Barbetta, G. Ecchia, N. Zamaro, (2016), *Le istituzioni non profit in Italia, Il mulino*. pag 33

Nel Nord Italia si trova oltre il 50% delle istituzioni senza scopo di lucro e quasi il 60% dei volontari del paese². Inoltre, nel periodo 2001-2011 la crescita del settore è stata molto più accentuata nel nord, sia per il numero delle istituzioni sia per il numero dei dipendenti che sono cresciuti del 77,7% nel nord est. Il centro ha avuto una grande crescita dei volontari.

Tale distribuzione così diseguale del terzo settore è dovuta a molte ragioni ed è espressione dell'embeddedness di cui si è parlato prima.

Dal punto di vista economico le entrate complessive delle istituzioni senza scopo di lucro sono state di 64 miliardi di euro mentre le uscite totali ammontano a 57 miliardi. Il settore è dunque in equilibrio e viene gestito complessivamente in modo sostenibile.

² G.P. Barbetta, G. Ecchia, N. Zamaro, (2016), *Le istituzioni non profit in Italia, Il mulino*. pag 34

Tabella 1.10. Istituzioni non profit per volume delle entrate e delle uscite, per ripartizione geografica.

REGIONE	ENTRATE		USCITE	
	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%
Piemonte	4.974.737	7,8	4.594.527	8
Valle d'Aosta / Vallée D'Aoste	153.112	0,2	150.031	0,3
Lombardia	17.404.046	27,2	15.290.212	26,6
Liguria	1.518.232	2,4	1.396.309	2,4
Nord-ovest	24.050.127	37,6	21.431.079	37,3
Trento	698.510	1,1	676.092	1,2
Bolzano / Bozen	667.076	1	650.887	1,1
Trentino-Alto Adige / Südtirol	1.365.586	2,1	1.326.979	2,3
Veneto	4.497.878	7	4.178.746	7,3
Friuli Venezia Giulia	1.154.393	1,8	1.107.666	1,9
Emilia-Romagna	4.802.320	7,5	4.493.410	7,8
Nord-est	11.820.178	18,5	11.106.800	19,4
Toscana	4.071.945	6,4	3.685.600	6,4
Umbria	682.340	1,1	654.053	1,1
Marche	955.079	1,5	913.045	1,6
Lazio	14.637.277	22,9	11.867.854	20,7
Centro	20.346.640	31,8	17.120.552	29,8
Abruzzo	576.058	0,9	552.349	1
Molise	131.090	0,2	132.231	0,2
Campania	1.426.113	2,2	1.447.835	2,5
Puglia	1.794.911	2,8	1.826.531	3,2
Basilicata	217.363	0,3	211.664	0,4
Calabria	522.067	0,8	521.730	0,9
Sud	4.667.602	7,3	4.692.341	8,2
Sicilia	2.165.923	3,4	2.134.333	3,7
Sardegna	889.414	1,4	911.008	1,6
Isole	3.055.337	4,8	3.045.341	5,3
ITALIA	63.939.884	100	57.396.114	100

Fonte: Rapporto del 16 aprile 2014, Ufficio stampa 9° Censimento dell'industria, servizi e istituzioni non profit. pag 7

Anche qui si osserva che oltre il 50% delle entrate del settore si realizzano nel nord. Si può osservare che l'86,1% delle istituzioni non profit ricevono finanziamenti prevalentemente dal settore privato e solo il 13,9% di esse hanno come fonte principale di finanziamento il settore pubblico.

In totale, il 65% delle entrate degli enti senza scopo di lucro provengono dai privati mentre il 35% proviene dalla pubblica amministrazione³. Questo dimostra che il settore non profit non dipende eccessivamente dai fondi pubblici e ha la capacità di rivolgersi al mercato.

A questo punto si può vedere la distribuzione dei fondi per tipo di attività svolta.

³ Rapporto del 16 aprile 2014, Ufficio stampa 9° Censimento dell'industria, servizi e istituzioni non profit. pag 9

Tabella 1.11. Entrate per voci di bilancio e settore di attività prevalente. Valori percentuali, anno 2011.

SETTORI DI ATTIVITA' PREVALENTE	FONTE PUBBLICA		FONTE PRIVATA				
	Sussidi e contributi a titolo gratuito da istituzioni pubbliche	Proventi da contratti e/o convenzioni con istituzioni pubbliche	Contributi annui aderenti	Proventi derivanti dalla vendita di beni e servizi	Contributi, offerte, donazioni e lasciti testamentari	Proventi di origine finanziaria e patrimoniale	Altri proventi di fonte privata
Cultura, sport e ricreazione	9,6	9,2	31,0	30,2	9,2	2,5	8,2
Istruzione e ricerca	10,9	30,9	12,4	28,4	6,8	3,4	7,2
Sanità	2,8	65,5	3,3	20,1	3,5	1,4	3,4
Assistenza sociale e protezione civile	4,1	52,4	7,5	22,8	6,6	2,7	4,0
Ambiente	10,1	22,4	19,4	30,8	9,1	1,4	6,7
Sviluppo economico e coesione sociale	1,9	27,9	37,3	19,6	3,1	4,0	6,2
Tutela dei diritti e attività politica	21,8	23,3	25,7	3,7	11,9	2,5	11,1
Filantropia e promozione del volontariato	1,8	2,1	7,6	1,9	6,7	64,0	15,9
Cooperazione e solidarietà internazionale	4,7	23,1	3,6	3,6	53,8	1,2	10,1
Religione	1,7	3,9	11,8	12,7	51,3	12,1	6,5
Relazioni sindacali e rappresentanza di interessi	3,6	5,6	70,5	8,3	4,6	1,8	5,6
Altre attività	0,2	0,9	67,0	2,5	0,8	17,7	10,9
TOTALE	5,1	29,2	26,3	18,7	7,2	6,8	6,8

Fonte: Rapporto del 16 aprile 2014, Ufficio stampa 9° Censimento dell'industria, servizi e istituzioni non profit. pag 10

Le istituzioni che si occupano di sanità e assistenza sociale sono quelle che dipendono maggiormente dal settore statale, in quanto oltre il 50% delle loro entrate deriva dai contratti sottoscritti con la pubblica amministrazione. Le istituzioni che si dedicano alla cultura invece, hanno come fonte principale delle entrate i contributi annui degli iscritti e gli introiti derivanti dalla vendita di beni e servizi sul mercato.

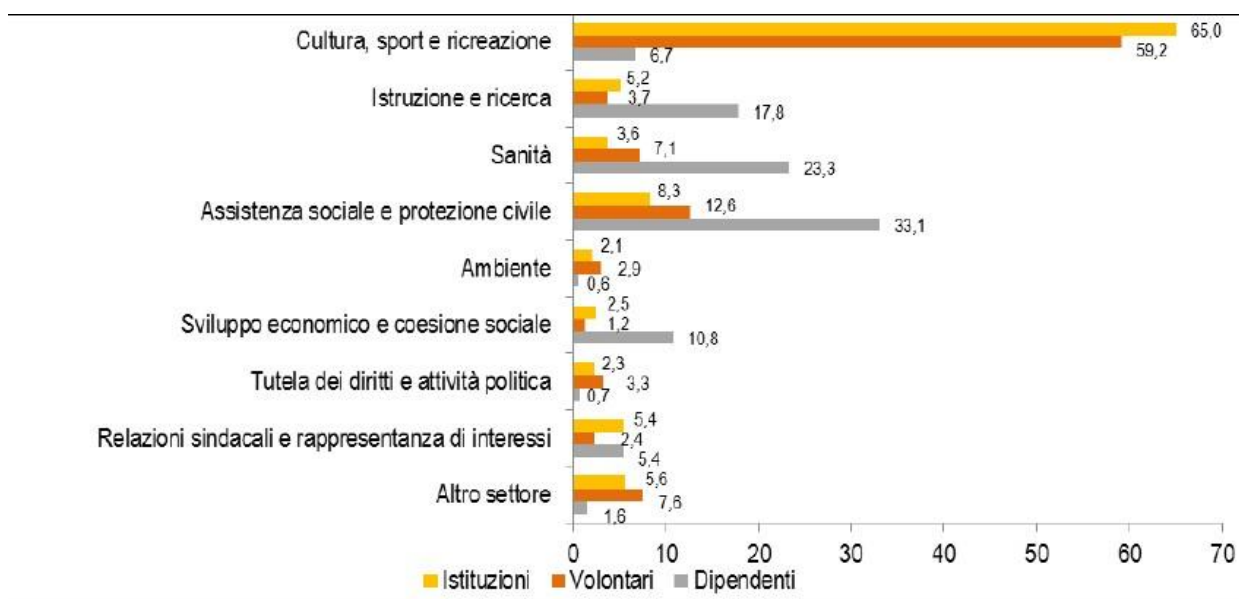
Rimanendo sul tema del dualismo economico del settore non profit, esso non si esprime solo in termini di entrate monetarie ma ha anche una forte valenza strutturale e occupazionale. I lavoratori dipendenti che operano nel settore non profit sono concentrati soprattutto nell'ambito dell'istruzione, sanità e dell'assistenza sociale perché, pur rappresentando solo il 17,1% delle istituzioni senza scopo di lucro, tali attività danno lavoro al 74,2% del totale dei lavoratori del terzo settore. Ciò è dovuto ad una serie di fattori.

Per quanto riguarda l'istruzione e la sanità sono due ambiti dove sono richiesti grandi investimenti e un altissimo livello di professionalità e specializzazione ed è difficile che un volontario che si impegna in questi ambiti in modo saltuario e discontinuo possa padroneggiare tali caratteristiche. L'assistenza sociale è un ambito molto delicato dove è richiesta una grande capacità organizzativa e una spiccata sensibilità sociologica.

Di conseguenza gli enti sopra descritti fanno affidamento soprattutto sul lavoro costante e professionale del loro personale dipendente, il quale rappresenta di conseguenza la loro principale voce di costo. Il costo dei dipendenti incide per il 45% sul totale dei costi delle istituzioni che

lavorano nella sanità e nell'assistenza sociale.

Figura 1.3. Istituzioni non profit, volontari e dipendenti per settore di attività. Censimento 2011, valori percentuali.



Fonte : La rilevazione sulle istituzioni non profit: un settore in crescita. Ufficio stampa del 9° censimento, pag 3

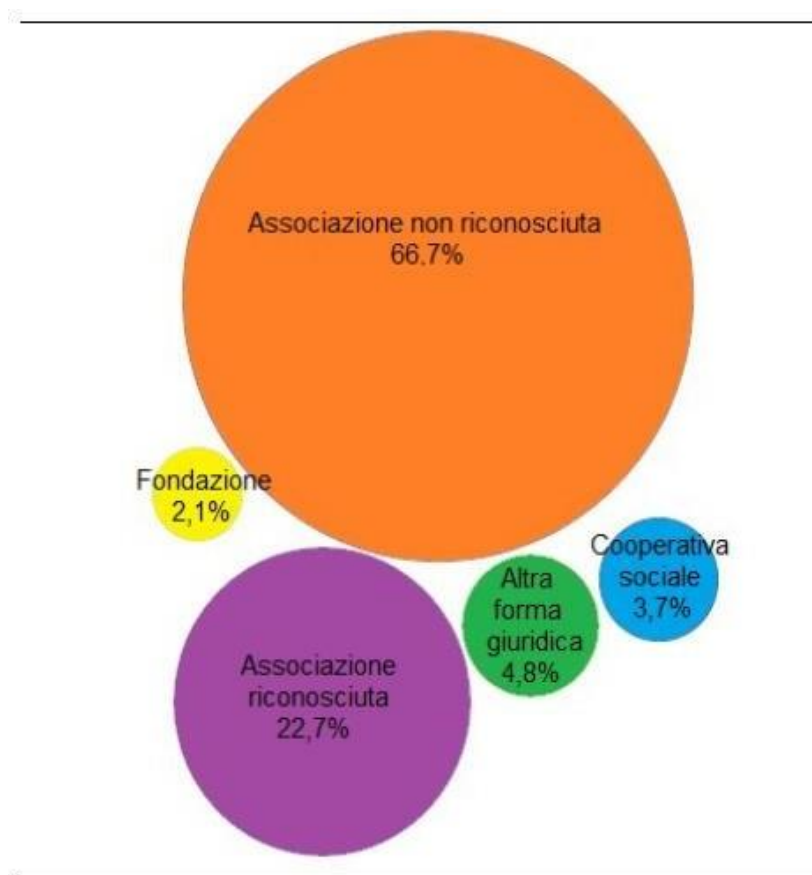
Le cose sono completamente capovolte nell'ambito della cultura e dello sport, dove opera il 65% di tutte le istituzioni non profit in Italia. Quindi a differenza della sanità e dell'istruzione, dove ci sono pochi grandi enti, nel settore della cultura c'è un'incredibile proliferazione di piccole associazioni. La risorsa principale di queste associazioni è il volontariato. Infatti il 59,2% dei volontari è impegnata nella cultura e nello sport, quindi tale presenza è più grande che in tutti gli altri ambiti del settore non profit messi insieme. In questo caso non sono necessari grandi investimenti e la massiccia presenza dei volontari rende evidente che l'impegno sociale, l'interazione e la condivisione di valori comuni sono i pilastri fondamentali della cultura. Questo ambito non è percepito come un lavoro ma come un desiderio intrinseco di condividere esperienze e socialità.

1.5. La riforma del terzo settore

1.5.1. Introduzione

Inizialmente bisogna precisare che si è parlato finora di istituzioni non profit in modo generico. In realtà tali istituzioni assumono forme giuridiche ben precise e molto differenti tra di loro. La figura sottostante evidenzia il fatto che il terzo settore è dominato dalla forma giuridica dell'associazione, scelta dall'89% delle istituzioni non profit in Italia.

Figura 1.4. Istituzioni non profit per forma giuridica. Censimento 2011, valori percentuali



Fonte: La rilevazione sulle istituzioni non profit: un settore in crescita. Ufficio stampa del 9° censimento, pag 7

La maggior parte delle associazioni sono di tipo "non riconosciuto" cioè senza personalità giuridica e senza autonomia patrimoniale. Quindi da un lato ci sono poche grandi Cooperative sociali o fondazioni ben strutturate e all'estremo opposto si trovano moltissime piccole associazioni poco strutturate, con poco personale e una dotazione modesta di capitali.

Per ridefinire questa materia e riordinare le precedenti legislazioni speciali è stato emanato il decreto legislativo 3 luglio 2017, n° 117, chiamato anche "Codice del terzo settore".

Con la riforma viene istituito la categoria degli "Enti del terzo settore", all'interno della quale vengono individuate le seguenti tipologie di organizzazioni:

- organizzazioni di volontariato (ODV)
- associazioni di promozione sociale (APS)
- imprese sociali (incluse le attuali cooperative sociali)
- enti filantropici
- reti associative
- società di mutuosoccorso
- altri enti (associazioni riconosciute o non, fondazioni, enti di carattere privato senza scopo di lucro diversi dalle società)

Ciò che tali istituzioni hanno in comune è il fatto che devono essere costituite per perseguire, senza scopo di lucro, finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale mediante lo svolgimento di una o più attività di interesse generale in forma volontaria o di erogazione gratuita di denaro, beni o servizi, di mutualità o di produzione o scambio di beni o servizi (art. 4).

Restano fuori dall'universo del terzo settore le amministrazioni pubbliche, le fondazioni bancarie, i partiti, i sindacati, le associazioni professionali, di categoria e di datori di lavoro.

Il nuovo Codice abroga alcune leggi preesistenti come la legge sul volontariato (n° 266/1991), quella sulle associazioni di promozione sociale (n° 383/2000) e buona parte della legge sulle ONLUS (d.lgs. 460/1997).

Sono state anche definite con maggiore precisione le cosiddette "attività di interesse generale" dove possono operare gli enti non profit. Tali attività devono avere come oggetto⁴:

- a) interventi e servizi sociali
- b) prestazioni sanitari (a livello di assistenza essenziale)
- c) prestazioni socio-sanitarie
- d) educazione, istruzione e formazione professionale
- e) servizi finalizzati alla salvaguardia dell'ambiente
- f) tutela e valorizzazione del patrimonio culturale e del paesaggio
- g) formazione universitaria e post-universitaria
- h) ricerca scientifica di particolare interesse sociale
- i) organizzazione e gestione di attività culturali, artistiche o ricreative di interesse sociale

⁴ elenco preso da: C. De Stefani, A. Quercia, (2017), Enti non profit - Prontuario operativo, Maggioli editore. pag 27

- j) comunicazione a carattere comunitario
- k) organizzazione di attività turistiche di interesse sociale, culturale o religioso
- l) formazione extra-scolastica finalizzata alla prevenzione della dispersione scolastica e al successo formativo
- m) servizi strumentali ad enti del terzo settore
- n) cooperazione allo sviluppo
- o) commercio equo e solidale (rapporti commerciali con produttori situati in aree svantaggiate)
- p) servizi finalizzati all'inserimento o al reinserimento nel mercato del lavoro dei lavoratori
- q) alloggio sociale
- r) accoglienza umanitaria ed integrazione sociale di stranieri
- s) agricoltura sociale
- t) organizzazione di attività sportive dilettantistiche
- u) beneficenza, sostegno a distanza, o erogazione di denaro, beni o servizi a sostegno di persone svantaggiate o di attività di interesse generale
- v) promozione della pace tra i popoli, della nonviolenza e della difesa non armata
- w) promozione e tutela dei diritti umani e dei diritti civili
- x) cura di procedure di adozione internazionale
- y) protezione civile
- z) riqualificazione di beni pubblici inutilizzati o di beni confiscati alla criminalità organizzata

Gli enti del terzo settore saranno obbligati ad iscriversi al "Registro unico nazionale del terzo settore". Il registro unico rappresenta una delle novità più importanti della riforma perché riunirà gli attuali oltre 300 albi e anagrafi degli enti non profit.

La riforma è ancora incompleta perché si devono approvare 27 decreti attuativi. Lo stesso Registro unico nazionale è in corso di formazione.

1.5.2. Aspetti contabili e fiscali

Gli enti non profit possono essere sia commerciali che non commerciali. Gli enti commerciali si rivolgono al mercato offrendo beni e servizi per assicurare gli introiti necessari per lo svolgimento delle loro attività. Altri enti invece sono "non di mercato", nel senso che fanno affidamento soprattutto sulle quote fornite dagli iscritti, sulla filantropia e sui lasciti patrimoniali. In ogni caso l'attività economica di scambio di beni e servizi non deve mai costituire l'oggetto principale dell'attività ma deve essere strumentale ad uno scopo di utilità sociale.

Le attività puramente commerciali sono regolarmente tassate. Gli enti non profit che svolgono tali attività (imprese sociali) devono iscriversi anche al Registro delle imprese (oltre che al Registro unico nazionale del terzo settore).

Invece l'attività di scambio di beni o servizi i quali introiti semplicemente coprono i costi di fruizione e non apportano arricchimenti monetari all'ente non sono tassati. In ogni caso, se un ente "non di mercato" svolge marginalmente attività di tipo economico deve tenere una contabilità separata.

Le istituzioni senza scopo di lucro possono promuovere campagne di raccolta fondi attraverso la sensibilizzazione dell'opinione pubblica o la vendita di beni e servizi di modico valore, e gli introiti raccolti sono completamente esentasse.

Tabella 1.12. Tassazione degli enti del terzo settore.

		Tassata	Non tassata
Enti del terzo settore "commerciali"	Attività istituzionali	X	
Enti del terzo settore "non commerciali"	Attività commerciali accessorie	X	
	Attività istituzionali		X
	Attività di raccolta fondi		X

Per quanto riguarda gli enti "non commerciali" che svolgono attività di tipo commerciale che creano reddito imponibile, c'è la possibilità di accedere ad un regime tributario agevolato (forfettario) per la determinazione delle imposte da pagare. Tale regime funziona in base a dei coefficienti di redditività applicati per determinare le imposte⁵:

a) attività di prestazione di servizi:

- 1) ricavi fino a 130.000 euro, coefficiente 7%
- 2) ricavi da 130.001 euro a 300.000 euro, coefficiente 10%
- 3) ricavi oltre 300.000 euro, coefficiente 17%

⁵ C. De Stefani, A. Quercia, (2017), Enti non profit - Prontuario operativo, Maggioli editore. pag 60

b) altre attività

- 1) ricavi fino a 130.000 euro, coefficiente 5%
- 2) ricavi da 130.001 euro a 300.000 euro, coefficiente 7%
- 3) ricavi oltre 300.000 euro, coefficiente 14%

Al fine di ottenere le agevolazioni fiscali gli enti devono iscriversi al Registro unico nazionale del terzo settore, pena la perdita dei benefici fiscali. L'iscrizione al Registro richiede il possesso di un patrimonio di:

- 15.000 euro per le associazioni
- 30.000 euro per le fondazioni

Dal punto di vista degli adempimenti contabili gli enti del terzo settore devono redigere ogni anno il bilancio d'esercizio che è composto da:

- stato patrimoniale (che contiene le attività e le passività)
- rendiconto di gestione (che contiene i proventi e gli oneri)
- relazione di missione (andamento economico e finanziario)

Gli enti che hanno delle entrate inferiori a 220.000,00 euro all'anno possono redigere il bilancio sotto forma di rendiconto finanziario per cassa.

Gli enti più grandi che realizzano delle entrate annue superiori a un milione di euro devono depositare il bilancio presso il Registro unico nazionale del terzo settore e devono pubblicarlo anche nel proprio sito internet.

1.6. Valutazione dell'impatto sociale

1.6.1. Nuovo status, nuove sfide

La notevole crescita del Terzo settore ha dato alle organizzazioni che ne fanno parte una nuova consapevolezza sul proprio ruolo nella società. La stessa approvazione del Codice del Terzo settore costituisce un importante tentativo, da parte delle forze politiche e del Parlamento, di riordinare questa materia e dare alle organizzazioni non profit un quadro normativo più coerente e completo. L'accresciuto peso economico e l'incremento di servizi offerti dagli enti senza scopo di lucro pone questi ultimi davanti alla necessità di dotarsi di una maggiore specializzazione, sia gestionale che operativa, e di una migliore rendicontazione e trasparenza.

⁶C. De Stefani, A. Quercia, (2017), Enti non profit - Prontuario operativo, Maggioli editore. pag 60

Ci sono stati, a partire dagli anni '70 in Europa, molti cambiamenti economici e sociali che hanno portato ad una transizione da un modello di "welfare state" ad un modello di "welfare society"⁷. Lo Stato non offre più la quasi totalità dei servizi di utilità sociale attraverso il meccanismo di redistribuzione con cui le istituzioni raccoglievano le tasse e le redistribuivano sotto forma di servizi pubblici. La globalizzazione, un'accresciuta competizione internazionale e la richiesta di maggiore libertà e protagonismo, delle imprese prima, e della società civile in seguito, hanno messo in discussione questo modello. È avvenuto così che, nell'offerta di molti servizi pubblici, le istituzioni hanno cominciato ad essere affiancate da imprese private ed enti non profit. Questo confronto ha introdotto, con il tempo e in misura differente a seconda dei paesi, molti cambiamenti nella gestione delle amministrazioni statali. Le logiche e le metodologie aziendalistiche sono entrate nelle istituzioni pubbliche. Si è cominciato a giudicare i progetti non più in base a delle logiche di opportunità politica, ma attraverso delle analisi costi-benefici. Si sono introdotti incentivi prevalentemente aziendalistici, legati alla performance⁸, anche per i manager pubblici, e le istituzioni hanno cominciato ad operare con maggiore trasparenza nei confronti della società civile. Tali cambiamenti sono comunemente identificati con i termini "new public management". Le conseguenze di questi avvenimenti sono state controverse. Se, da una parte, c'è stato un miglioramento dell'efficienza nell'utilizzo delle risorse pubbliche e una maggiore trasparenza, dall'altra parte si è registrata una certa riduzione dell'orizzonte temporale e della visione degli interventi pubblici e sono aumentate le disuguaglianze economiche.

Con riferimento al Terzo settore, esso si è reso promotore di una sussidiarietà circolare all'interno del nuovo sistema di "welfare society". Ciò significa che i cittadini non sono più dei semplici fruitori di servizi sociali ma hanno un ruolo più attivo nella produzione e nelle scelte che stanno alla base di tali servizi. Inizialmente gli enti non profit venivano visti in un'ottica di outsourcing da parte delle amministrazioni pubbliche che pagavano e facevano fare dei lavori, a seconda delle necessità, a questi enti. Negli ultimi anni, grazie alla crescente affidabilità e alla buona reputazione di cui godono, gli enti non profit stanno collaborando in un'ottica di medio-lungo periodo con le istituzioni. Si è passati quindi da un semplice supporto finanziario esterno, a delle collaborazioni consolidate attraverso accreditamenti duraturi e, in alcuni casi, a delle partnership di coproduzione in cui si crea un'impresa sociale partecipata da enti del terzo settore e pubbliche amministrazioni. Questo cambiamento comporta molti vantaggi perché consente di fare investimenti con una prospettiva di lungo termine e crea una certa stabilità che è necessaria per fare degli interventi in base ad una programmazione economica sostenibile. Però questo necessita anche di una maggiore rendicontazione, condivisione delle informazioni e delle strategie e comporta una certa interdipendenza. Un amministratore pubblico che decide di condividere un percorso duraturo con un ente del terzo settore vorrà accertarsi della solidità gestionale dell'ente stesso, ma soprattutto, vorrà conoscere il beneficio che tale collaborazione fornisce alla comunità e al territorio amministrati.

⁷ Rivista Impresa Sociale (11 Novembre 2018), Valutare l'impatto sociale. La questione della misurazione nelle imprese sociali

⁸ Rivista italiana di Public Management, Vol 1 n°1 (gennaio 2018), pag 3

Per poter conservare una maggiore autonomia, molte organizzazioni senza scopo di lucro stanno cercando di rivolgersi al mercato operando delle attività accessorie di natura commerciale, al fine di finanziare così le proprie attività istituzionali. Questa tendenza è nota con il termine "marketization"⁹. Però rivolgersi al mercato implica la necessità di introdurre, all'interno dell'ente non profit, delle logiche di efficienza economica e di allocazione ottimale delle risorse. Ciò incrementa la necessità di rendicontazione e rende cruciale la capacità dell'organizzazione di comunicare agli investitori e al mercato l'utilità sociale ed economica del proprio operato.

I cambiamenti sociali, economici e politici finora menzionati stanno spingendo molti attori del settore non profit ad evidenziare e comunicare molto più efficacemente la propria specificità ed il proprio contributo nello sviluppo della società. L'idea è quella di andare oltre le scritture contabili e ai dati statistici sui livelli occupazionali e le entrate degli enti non profit. Questi dati possono consentire alle organizzazioni senza scopo di lucro di operare e giustificare, attraverso le statistiche economiche, la loro rilevanza sul mercato ma non possono valorizzare le caratteristiche che le rendono uniche e diverse dagli attori del settore pubblico e da quelli del mercato. E' necessario evidenziare il ruolo sociale, culturale e di promozione dei valori civili che svolge il settore non profit.

Un passo importante in questa direzione è stato compiuto dalla Commissione europea che, nell'anno 2012, un gruppo di esperti denominato GECES (Commission Expert Group on the social business initiative)¹⁰ con lo scopo di elaborare una metodologia condivisa per la misurazione dell'impatto sociale delle organizzazioni del terzo settore. Questa iniziativa è stata presa in vita di due programmi europei di sviluppo: FEIS (fondi europei per l'imprenditoria sociale) ed EaSI (programma per l'occupazione e l'innovazione sociale). I programmi sopramenzionati avrebbero ricevuto contributi europei nell'ambito della programmazione 2014 - 2020. Ne deriva la necessità di stabilire dei criteri chiari in base ai quali concedere l'utilizzo dei fondi e rispondere all'esigenza di rendicontazione e trasparenza in merito agli effetti e all'utilità che i programmi finanziati hanno sulle comunità di riferimento.

Una volta stabilito che è necessario misurare, bisogna capire che cosa sia più utile misurare e in che modo. La Commissione europea ha cercato di non cadere nella tentazione di prendere degli indicatori, pronti e già collaudati (EBITDA, ROI, ROS) dal mondo delle imprese commerciali e di implementarli, con qualche adattamento, al mondo del non profit. In secondo luogo la Commissione ha scelto di non dare precedenza all'elaborazioni di singoli indicatori sintetici ma di creare un "sistema di valutazione" che tenesse conto sia degli aspetti quantitativi che di quelli qualitativi. La questione della misurazione e della valutazione è molto delicata, non solo perché può essere onerosa in termini di impiego di risorse, ma può condizionare i comportamenti all'interno delle organizzazioni e, se fatta in modo inadeguato, può fornire degli incentivi perversi e controproducenti.

⁹ Rivista Impresa Sociale (11 Novembre 2018), Valutare l'impatto sociale. La questione della misurazione nelle imprese sociali

¹⁰ Commissione europea (2014), Approcci per la misurazione dell'impatto sociale

In considerazione di quanto finora esposto il gruppo di lavoro GECES ha scelto di non suggerire un "set" di indicatori comuni da usare per gli enti del Terzo settore, ma ha voluto fornire loro una metodologia comune¹¹ per l'elaborazione di tali indicatori. In altre parole, le organizzazioni del terzo settore dovranno seguire dei principi comuni nella creazione del proprio sistema di valutazione dell'impatto sociale, ma poi, ognuna di esse potrà scegliere la metrica che più si adatta alla propria realtà. Il punto debole di questa scelta è che lascia spazio alla fioritura di moltissime modalità di valutazione diverse tra di loro, con il rischio queste risultino difficilmente comparabili e di conseguenza siano poco significative.

Si tratta, in ogni caso, del primo approccio sistematico alla valutazione dell'impatto sociale e, come tale, costituisce un punto di partenza positivo che dovrà essere migliorato e ridefinito in futuro. Infatti, una delle caratteristiche che una metrica valutativa deve avere è quella di essere flessibile e che si adatti ai continui cambiamenti e alle nuove sfide che affronteranno le organizzazioni senza scopo di lucro nel futuro.

1.6.2. Una metodologia comune

Si è finora parlato di valutazione dell'impatto sociale ed è necessario definire in modo più puntuale che cosa significhi "impatto sociale". La legge delega 106/2016 (che poi è sfociata nell'emanazione del Codice del Terzo settore) definisce, all'art. 7, co. 3, l'impatto sociale come "la valutazione qualitativa e quantitativa, sul breve, medio e lungo periodo degli effetti delle attività svolte sulla comunità di riferimento rispetto all'obiettivo individuato". La stessa legge assegna al Ministero del lavoro e delle politiche sociali il compito di stabilire, dopo aver aperto un tavolo con i rappresentanti del Terzo settore ed esperti in materia, le linee guida per la misurazione dell'impatto sociale. L'indicazione che la Commissione europea ha dato attraverso l'Atto per il mercato unico II, è stata quindi recepita e ulteriormente perfezionata dal legislatore italiano.

Oltre agli aspetti legali bisogna tener conto del fatto che, parlando di impatto sociale, siamo di fronte ad un concetto estremamente ampio che è difficilmente racchiudibile in una definizione. Il benessere sociale di una comunità è il risultato dell'interazione di molti fattori tra loro connessi ed interdipendenti. In quest'analisi entrano in gioco dei fattori economici, la sicurezza, il livello di istruzione, la composizione etnica e demografica della società, i valori religiosi e morali, la mobilità sociale e la distribuzione della ricchezza. Nel tentativo di tenere conto di tutte queste esigenze la Commissione europea ha elaborato una metodologia per la creazione di sistemi di misurazione dell'impatto sociale composta da cinque fasi.

¹¹ Euricse, ImpACT - La valutazione dell'impatto sociale nel terzo settore. pag 3

Figura 1.5. Le cinque fasi del processo di valutazione dell'impatto sociale



Fonte: Commissione europea (2014), *Approcci per la misurazione dell'impatto sociale*. pag 35

1) Nella prima fase è necessario fissare gli obiettivi. Bisogna definire il campo d'azione dell'indagine valutativa per evitare di trovare le risposte giuste alle domande sbagliate. Bisogna misurare degli indicatori che siano significativi e che producano risultanze strettamente collegate agli obiettivi perseguiti dall'ente non profit. Oltre a riflettere l'identità dell'ente, le misurazioni devono riguardare fatti rilevanti e che suscitino interesse in modo che la valutazione dell'impatto sociale possa incidere nei processi decisionali.

2) In secondo luogo, dopo aver definito i confini dell'ambito d'analisi, è quello di coinvolgere i portatori di interesse (stakeholders). I portatori di interesse in un'impresa sociale possono essere molteplici e con sensibilità anche molto variegate:

- gli investitori/finanziatori potrebbero essere interessati al rendimento del proprio investimento e alla sostenibilità economica dell'organizzazione
- la comunità di riferimento sarà più concentrata sugli aspetti etici ed ambientali delle attività curate dall'ente
- le autorità pubbliche saranno più interessate a capire il valore aggiunto, economico e sociale, che si genera sul proprio territorio
- i donatori vorranno che l'organizzazione operi con trasparenza e spieghi come spende i loro contributi
- i media possono essere importanti per la strategia comunicativa
- i collaboratori e i volontari dell'ente desiderano essere coinvolti e sentirsi parte della comunità

Alcuni portatori di interesse potrebbero essere solo dei fruitori dei risultati della valutazione di impatto sociale, mentre altri saranno parte attiva nell'implementazione di questo processo, fino a diventare soggetti valutati essi stessi. In alcune metodologie valutative come i "focus group", è

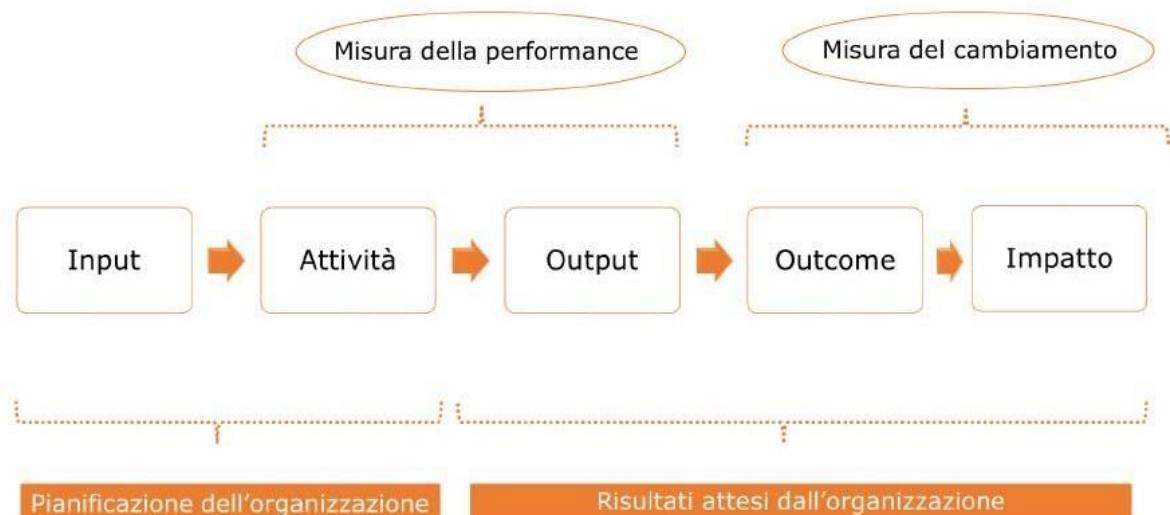
indispensabile il contributo di alcuni attori interni agli enti stessi per poter condurre dei sondaggi valutativi.

E' necessario, dunque, fare ordine in questa moltitudine di soggetti e di interessi, attraverso la mappatura dei portatori di interesse. Ci sono molti modi per mappare gli stakeholders. Uno di questi è la matrice potere-interesse (in un asse c'è il potere che un soggetto ha sull'organizzazione mentre nell'altro asse c'è il suo interesse sull'attività dell'organizzazione stessa):

- i portatori di interesse più importanti sono quelli che hanno un alto potere e un alto interesse nell'organizzazione. Questi soggetti dovranno essere coinvolti ed informati in ogni fase, non solo del processo valutativo, ma in ogni progetto od evento che ha a che fare con l'ente. Il loro sostegno è essenziale;
- i soggetti che hanno un alto potere ma un basso interesse, è importante che abbiano un buon rapporto con l'ente, oppure devono avere un atteggiamento almeno neutrale;
- coloro che hanno basso potere ma alto interesse sono, tendenzialmente, i sostenitori dell'organizzazione. Essi sono la base e il terreno fertile sul quale l'ente può contare per coltivare i progetti futuri;
- infine ci sono i soggetti con basso potere e basso interesse. E' consigliabile avere un rapporto positivo, o almeno neutrale, con loro;

3) La terza fase del framework di costruzione dei modelli valutativi prevede di determinare gli indicatori da utilizzare per la misurazione. Per valutare un processo è indispensabile conoscere il suo sviluppo e le parti di cui è composto. L'impatto sociale di un'attività è lo stadio finale di un processo che inizia molto prima.

Figura 1.6. La catena del valore dell'impatto sociale

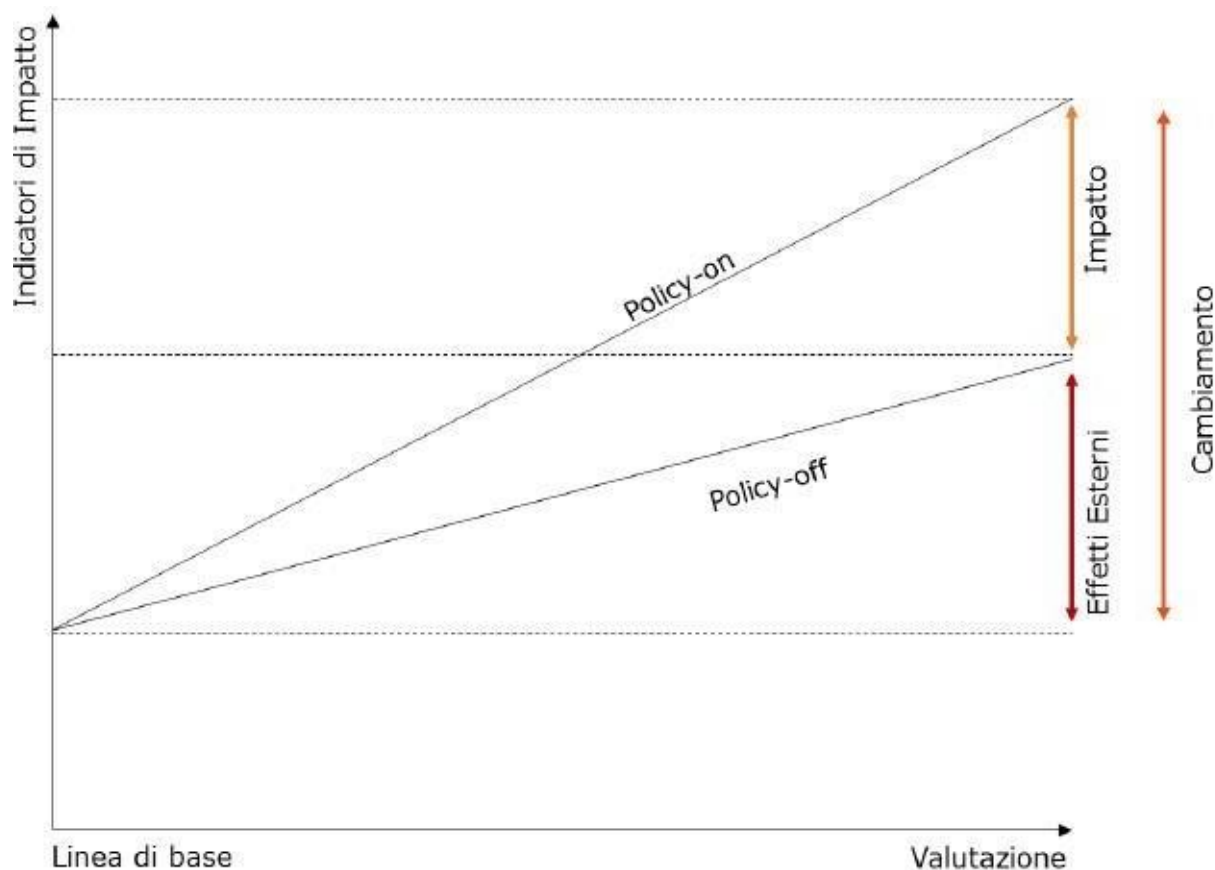


Nella Figura 1.6 è schematizzata la "catena del valore dell'impatto sociale" (definita anche "teoria del cambiamento") che descrive il modo in cui un'organizzazione incide sul territorio in cui opera. Le parti più importanti che costituiscono questo schema sono:

- **input:** è l'insieme di risorse umane, economiche ed organizzative che viene utilizzato dall'ente per realizzare la propria attività. E' il punto di partenza, la base su cui si fonda ogni organizzazione. Può essere molto utile misurare questa componente iniziale per poter confrontare i risultati finali ottenuti mettendoli in rapporto con queste risorse impiegate e capire così l'efficienza dell'utilizzo delle risorse e la produttività operativa;
- **attività:** è l'insieme delle azioni concrete che si mettono in atto per perseguire gli obiettivi dell'organizzazione. Le decisioni prese in questa fase sono quelle che fanno la differenza e costituiscono il motore di tutta l'organizzazione. Qui si decide quante risorse dedicare all'attività caratteristica e quante alla raccolta fondi o al sostentamento della struttura;
- **output:** è l'insieme di prodotti o servizi creati dall'attività dell'ente. Posizionarsi in questa fase è il modo migliore per misurare l'efficienza della gestione operativa dell'organizzazione. Può succedere che, a parità di risorse iniziali, organizzazioni diverse offrano degli output molto differenti. Misurare questo processo può aiutare a comprendere eventuali problemi o inefficienze della fase operativa;
- **outcome:** è il cambiamento che l'attività di un'organizzazione e i prodotti o servizi da essa forniti, provoca nei soggetti beneficiari. C'è una grande differenza tra output e outcome. L'output può essere, ad esempio, il numero di studenti che hanno partecipato ai corsi offerti da un ente di formazione. L'outcome misura invece l'efficacia di questi corsi registrando, per esempio, quanti partecipanti al corso hanno trovato lavoro dopo un certo periodo prestabilito. Nei paragrafi precedenti si è parlato degli incentivi perversi e controproducenti che possono derivare da un sistema di misurazione inadeguato. Se si stabiliscono forti incentivi in relazione all'output dell'attività operativa si potrebbe ottenere un aumento dei prodotti o servizi erogati, ma questo potrebbe pregiudicare l'efficacia degli interventi dell'ente sui beneficiari;
- **impatto:** è il cambiamento che l'attività svolta dall'ente provoca sull'intera comunità di riferimento (e quindi non solo sui diretti beneficiari dei servizi dell'ente) in un'ottica di lungo termine;

Vale la pena dedicare una riflessione a parte al concetto di "impatto". L'impatto sociale di un'attività è una cosa molto difficile da misurare perché l'ente non profita in un contesto dove intervengono quotidianamente molte altre istituzioni (imprese, scuole, la politica, la Chiesa, lo sport, i familiari e i parenti dei beneficiari dell'attività dell'ente, ecc) e risulta davvero arduo estrapolare il contributo di una singola organizzazione ed isolarlo dal contesto. A rendere più difficile il compito è il fatto che, secondo le metodologie più accreditate, per distinguere il concetto di "impatto" da quello di "outcome" è necessario stabilire l'effetto dell'operato dell'organizzazione che si sta analizzando, al netto dei cambiamenti e degli avvenimenti ad essa non imputabili.

Figura 1.7. Analisi controfattuale



Policy-on = intervento dell'organizzazione e di forze esterne ad essa

Policy-off = intervento di forze esterne all'organizzazione

Fonte: Impronta Etica (2016), *La misurazione dell'impatto sociale - Una guida pratica per le organizzazioni* (pag 34)

Bisogna quindi scomputare il contributo e i cambiamenti avvenuti grazie ad altre organizzazioni o al contesto esterno. Per ottenere ciò, è necessario ricorrere a dei metodi di "analisi controfattuale". In pratica si prende una comunità di individui che non abbia beneficiato dell'attività dell'ente, ma che per il resto sia il più simile possibile alla comunità che in cui opera il nostro ente non profit, per capire che cosa ci sia di diverso.

4) La quarta fase è quella della valutazione dei parametri stabiliti. La valutazione può assumere diverse forme in base alle dimensioni dell'organizzazione non profit e alle sue necessità. L'ente può essere assistito da studi di consulenza oppure può fare ricorso a risorse interne. Anche il costo dipende dalla specificità di analisi che si vuole ottenere, ma è consigliabile che l'onere del processo di misurazione sia proporzionale alle capacità finanziarie e gestionali dell'ente.

5) Infine si arriva alla comunicazione dei risultati ottenuti. La comunicazione può assumere diverse forme a seconda dei soggetti a cui si rivolge e agli obiettivi che persegue. Si può avere una semplice relazione allegata al bilancio sociale ma si possono organizzare anche incontri con il pubblico e i portatori di interesse per presentare i risultati raggiunti.

1.6.3. Proposta di una metodologia: SEIE (Social Enterprise Impact Evaluation)

In seguito all'approvazione del Codice del terzo settore e in seguito al tavolo tecnico concluso dal Ministero del lavoro e delle politiche sociali i merito alla definizione delle linee guida per la misurazione dell'impatto sociale (VIS), si sta verificando un acceso dibattito tra gli esperti del settore. Alcuni studiosi temono che la misurazione di impatto sociale si trasformerà in un adempimento burocratico in più per molte organizzazioni e si tradurrà in una carta in più da compilare insieme alle altre. Bisogna tenere conto del fatto che quasi un terzo degli enti non profit in Italia ha delle entrate annue inferiori ai cinque mila euro. In queste condizioni non ci sono nelle risorse economiche né le competenze tecniche per fare delle valutazioni approfondite sul tema. Quest'ultimo problema, in realtà, è stato attenuato da una disposizione che prevede che la VIS sarà obbligatoria solo per quelle organizzazioni senza scopo di lucro che hanno delle entrate annue superiori ad un milione di euro.

Altri hanno posto l'attenzione sul fenomeno della corsa al modello che si sta verificando nell'ultimo periodo. Le nuove richieste legislative hanno creato un mercato nel quale si stanno inserendo molti studi professionali che stanno elaborando tanti modelli valutativi, più o meno congrui ai principi del terzo settore.

Lo studioso Gianfranco Marocchi¹² mette in dubbio l'utilità della stessa metodologia di valutazione di impatto sociale che è stata implementata dal Codice del terzo settore. Si dubita che si possa misurare in modo sintetico il contributo di un'organizzazione senza scopo di lucro nella società. In effetti, se un ragazzo con problemi di tossicodipendenza riesce a superare questo problema è difficile trovare con precisione il responsabile di tale successo. Ciò può essere imputato alla ad una Cooperativa che si prende cura dei tossicodipendenti che ha ospitato il ragazzo per qualche tempo. Oppure il merito potrebbe essere ascrivibile al parroco del paese e al suo catechismo che hanno fatto riflettere il ragazzo. Una parte del merito può essere anche della famiglia, della scuola o della società di calcio.

Inoltre si teme che queste valutazioni di impatto sociale diventino degli spot pubblicitari in quanto, difficilmente uno studio di consulenza che viene pagato per fare uno studio sull'impatto sociale, pubblicherà dei risultati molto negativi per il cliente.

¹² Maggioli Editore (rivista numero 6, 2017), Welfare Oggi. Focus: La valutazione di impatto sociale. pag 67

Questi dubbi appaiono legittimi ma si può fare un'analogia con il mondo delle imprese commerciali. Anche lì vengono usati spesso indicatori sintetici come il ROI o l'EBITDA che non tengono conto della storia dell'impresa, della sua specificità, delle professionalità che vi lavorano e dei rapporti interpersonali che si sono instaurati con il tempo. Eppure ciò non scoraggia le misurazioni degli indicatori economici di queste imprese. D'altro canto si sono molti casi in cui le società di revisione si mostrano "generose" con i propri clienti e sono clementi nel giudicare eventuali irregolarità nei loro bilanci. Però qui si parla di comportamenti illegali e questo non può spingerci a dire che i bilanci delle imprese commerciali non dovranno più essere sottoposti a revisione contabile.

Quindi la cautela è d'obbligo ma il percorso avviato sembra condiviso dalla maggior parte degli attori.

Una metodologia valutativa che appare molto interessante è quella proposta dagli studiosi Stefano Zamagni, Paolo Venturi e Sara Rago. Essi hanno elaborato un sistema di valutazione dell'impatto sociale che analizza questo fenomeno sotto sette dimensioni¹³:

1. Sostenibilità economica

Dimensione	Sotto-dimensione	Indicatore	Punteggio (da 1 a 5)	Peso (%)
1. Sostenibilità economica	1.1. Capacità di generare valore aggiunto economico	1.1.1. Produzione utili di esercizio	1,2,3,4,5	TBD
		1.1.2. Gettito fiscale diretto (reddito di impresa)	1,2,3,4,5	
		1.1.3. Gettito fiscale indiretto (generato da occupazione)	1,2,3,4,5	
		1.1.4. Composizione di crediti/debiti	1,2,3,4,5	
		1.1.5. Situazione patrimoniale dell'organizzazione	1,2,3,4,5	
		1.1.6. Uso immobilizzazioni materiali	1,2,3,4,5	
		1.1.7. Incremento previsionale del fatturato	1,2,3,4,5	
		1.1.8. Redazione bilancio d'esercizio (seconda IV dir. CEE)	1,2,3,4,5	
		1.1.9. Attivazione strumenti gestionali e organizzativi	1,2,3,4,5	
		1.1.10. Incremento domanda prevista	1,2,3,4,5	
	1.2. Attivazione di risorse economiche	1.2.1. Finanziamenti e mutui	1,2,3,4,5	
		1.2.2. Capitale sociale	1,2,3,4,5	
		1.2.3. Fondo di dotazione	1,2,3,4,5	
		1.2.4. Contributi e donazioni (erogazioni liberali, 5X1000, donazioni e conferimenti in natura)	1,2,3,4,5	

¹³ tabelle ed indicatori ripresi da Rivista Impresa Sociale (11 Novembre 2018), Valutare l'impatto sociale. La questione della misurazione nelle imprese sociali

2. Promozione dell'imprenditorialità

Dimensione	Sotto-dimensione	Indicatore	Punteggio (da 1 a 5)	Peso (%)
2. Promozione di imprenditorialità	2.1. Propensione al rischio	2.1.1. Opportunità percepite (% di persone che ritengono esistano occasioni per avviare attività imprenditoriali entro 6 mesi nel contesto in cui sono inseriti)	1,2,3,4,5	TBD
		2.1.2. Paura del fallimento (% di persone – tra quelli che percepiscono un'opportunità reale di avvio dell'attività imprenditoriale – che hanno paura di fallire da un punto di vista imprenditoriale)	1,2,3,4,5	
		2.1.3. Predisposizione all'imprenditorialità (% di persone che pensano di avviare un'impresa nei successivi 3 anni)	1,2,3,4,5	
		2.1.4. Accettazione del rischio (% di persone che non credono che la paura del fallimento possa ostacolarli nell'avvio di un'attività imprenditoriale)	1,2,3,4,5	
	2.2. Creatività e innovazione	2.2.1. Innovazioni di processo realizzate nell'ultimo triennio	1,2,3,4,5	
		2.2.2. Innovazioni di prodotto realizzate nell'ultimo triennio	1,2,3,4,5	
		2.2.3. Innovazioni organizzative realizzate nell'ultimo triennio	1,2,3,4,5	
		2.2.4. Innovazioni totali (nuovi beneficiari in nuovi ambiti di attività) realizzate nell'ultimo triennio	1,2,3,4,5	
		2.2.5. Costituzione di network con altri soggetti pubblici o privati volti alla produzione di innovazione	1,2,3,4,5	
	2.3. "Ars combinatoria"	2.3.1. Capacitazioni percepite o "start-up skills" (% di persone che ritengono di possedere competenze, conoscenza ed esperienza richieste per avviare un'impresa)	1,2,3,4,5	
		2.3.2. Livello di educazione del capitale umano (sia dell'imprenditore che dei dipendenti)	1,2,3,4,5	

3. Democrazia e inclusività della governance

Dimensione	Sotto-dimensione	Indicatore	Punteggio (da 1 a 5)	Peso (%)
3. Democraticità ed inclusività della governance	3.1. Creazione di governance multistakeholder	3.1.1. Numero di associati e composizione del capitale	1,2,3,4,5	TBD
		3.1.2. Tipologia di organo direttivo amministrativo	1,2,3,4,5	
		3.1.3. Presenza di organi di controllo e natura dei soggetti che li costituiscono	1,2,3,4,5	
		3.1.4. Procedura di nomina e durata delle cariche	1,2,3,4,5	
		3.1.5. Presenza di meccanismi di governance partecipativi	1,2,3,4,5	
		3.1.6. Tasso medio di partecipazione alle assemblee dei soci	1,2,3,4,5	

4. Partecipazione dei lavoratori

Dimensione	Sotto-dimensione	Indicatore	Punteggio (da 1 a 5)	Peso (%)
4. Partecipazione dei lavoratori	4.1. Coinvolgimento dei lavoratori	4.1.1. Attrazione di lavoro volontario (n. volontari e stagisti)	1,2,3,4,5	TBD
		4.1.2. Formazione rivolta ai dipendenti	1,2,3,4,5	
		4.1.3. Composizione e tipologia del personale occupato	1,2,3,4,5	
		4.1.4. Presenza di sistemi per la rilevazione dei feedback dei dipendenti (ricerche/ indagini specifiche su motivazione del personale, ecc.)	1,2,3,4,5	

5. Resilienza occupazionale

Dimensione	Sotto-dimensione	Indicatore	Punteggio (da 1 a 5)	Peso (%)
5. Resilienza occupazionale	5.1. Capacità di generare occupazione	5.1.1. Unità di personale occupato (per tipologia)	1,2,3,4,5	TBD
		5.1.2. Incremento dell'occupazione prevista	1,2,3,4,5	
		5.1.3. Inclusione di soggetti di categorie vulnerabili	1,2,3,4,5	
	5.2. Capacità di mantenere occupazione	5.2.1. Saldo occupazionale (entrate-uscite)	1,2,3,4,5	

6. Relazioni con la comunità e il territorio

Dimensione	Sotto-dimensione	Indicatore	Punteggio (da 1 a 5)	Peso (%)
6. Relazioni con la comunità e il territorio	6.1. Attività di animazione della comunità	6.1.1. Qualità e grado di coinvolgimento dei beneficiari dei servizi offerti	1,2,3,4,5	TBD
		6.1.2. Realizzazione di campagne promozionali e di raccolta fondi	1,2,3,4,5	
		6.1.3. Promozione di iniziative sociali rivolte alla comunità	1,2,3,4,5	
		6.1.4. Utilizzo di spazi o servizi appartenenti ad organizzazioni terze	1,2,3,4,5	
	6.2. Attivazione di strumenti e strategie di accountability	6.2.1. Realizzazione del bilancio sociale	1,2,3,4,5	
		6.2.2. Altri strumenti di accountability	1,2,3,4,5	
	6.3. Attività di conservazione e tutela dell'ambiente e del patrimonio	6.3.1. Rigenerazione di asset comunitari	1,2,3,4,5	
		6.3.2. Politiche di sostenibilità ambientale e relativi strumenti	1,2,3,4,5	

7. Conseguenze sulle politiche pubbliche

Dimensione	Sotto-dimensione	Indicatore	Punteggio (da 1 a 5)	Peso (%)
7. Conseguenze sulle politiche pubbliche	7.1. Risparmio della spesa pubblica	7.1.1. Occupazione soggetti svantaggiati (n. e tipologia)	1,2,3,4,5	TBD
		7.1.2. Maggiore efficienza derivante dall'esternalizzazione dei servizi offerti	1,2,3,4,5	
	7.2. Rapporti con altre istituzioni (pubbliche o private)	7.2.1. Realizzazione di partnership pubblico-private (n. e tipologia di soggetti coinvolti)	1,2,3,4,5	
		7.2.2. Ambiti di collaborazione con altre istituzioni	1,2,3,4,5	
		7.2.3. Cambiamenti nelle pratiche abituali dei soggetti partner derivanti dalla collaborazione instaurata	1,2,3,4,5	

Questa metodologia introduce degli indicatori sia monetari che non monetari per ciascuna delle sette direttrici. Poi ad ogni indicatore e ad ogni direttrice viene dato un punteggio e un peso specifico. Alla fine si sommano i punti assegnati agli indicatori (ponderati) e si ottiene un punteggio finale. Questo sistema appare modulabile e quindi adattabile alle esigenze di organizzazioni operanti anche in settori molto differenti.

2. IL SETTORE CULTURALE E CREATIVO

2.1. Il sistema culturale italiano

2.1.1. Cenni storici

L'Italia è conosciuta in tutto il mondo come "il bel paese".

La nostra penisola, situata al centro del mediterraneo è sempre stata un crocevia di storie, di culture e di vicende epiche che hanno plasmato la civiltà occidentale. In nessun altro paese si possono trovare, tutte insieme, testimonianze viventi del passato e del presente che possano raccontare contemporaneamente lo splendore e la decadenza, l'ingegno e l'ignoranza, il buio medievale e la luce del rinascimento, l'oriente e l'occidente. L'Italia è stata più volte l'ombelico del mondo e le decisioni prese a Roma hanno cambiato e continuano ad influenzare il destino dell'umanità.

L'Impero romano con le sue leggi, la sua amministrazione, il suo esercito e la sua economia hanno ispirato nei secoli tutte le altre culture e società venute dopo di esso. Nulla è stato più come prima in Europa. Le maggiori capitali europee, da Londra a Parigi, a Vienna, sono state fondate dai romani.

Con la caduta dell'Impero romano l'Italia smise di essere il centro politico ed economico dell'occidente ma diventò il suo centro religioso. I successori di Pietro stabilirono il loro primato su tutti gli altri centri religiosi e in questo modo restituirono a Roma una parte della sua passata gloria.

Poi ci fu il rinascimento, un periodo eccezionale di fermento culturale, artistico, economico e scientifico. Per la terza volta l'Italia ritornò ad essere il centro del mondo. Qui ci fu la nascita e la diffusione delle banche e la creazione di una borghesia cittadina che diede grande linfa ai commerci internazionali. Le città marinare come Venezia e Genova erano il collegamento tra oriente e occidente. La nuova ricchezza fu usata per vasti programmi edilizi e ogni città investì ingenti somme nell'arte e nella scultura per accrescere il proprio prestigio internazionale. Sembrava che le persone più geniali al mondo, dal commercio all'artigianato, dalle arti alla scienza, si fossero riuniti tutte in Italia e con il loro lavoro ci hanno lasciato in eredità meravigliosi capolavori come la Cappella Sistina, la Basilica di San Pietro, la cupola di Brunelleschi, il "David di Michelangelo", "l'Ultima cena" di Leonardo da Vinci e molti altri ancora. E' anche grazie a loro che l'Italia viene chiamata "il bel paese".

Verso la fine del 1600 lo slancio artistico ed economico rallentò e venne alla luce la grande debolezza dell'Italia, una debolezza che si sarebbe radicata profondamente nel suo DNA e avrebbe condizionato il destino del paese fino ai giorni nostri: la sua divisione interna.

L'Italia era molto ricca e godeva di un prestigio impareggiabile, ma era un paese diviso in molti piccoli regni, ducati, principati, signorie. Questi piccoli ducati erano sempre in guerra tra di loro, cambiavano spesso alleanze e schieramenti e si indebolirono a vicenda. Così l'Italia divenne irrilevante dal punto di vista politico e militare e fu ben presto facile preda delle altre potenze europee che si andavano formando. Vennero qui francesi, spagnoli, tedeschi, arabi, inglesi, e saccheggiarono e presero tutto ciò che vollero. L'Italia rimase per più di due secoli una regina senza corona e senza un trono.

Ma nella seconda parte del 1800 gli Italiani ritrovarono di nuovo il vigore e il coraggio che per tanto tempo avevano perduto e diedero vita al Risorgimento. Pur trovandosi in una serie di conflitti tra i giganti europei che erano molto più forti del regno Sabauda, quest'ultimo riuscì a riunificare l'Italia nel 1861. La creazione del nuovo stato italiano fu il fatto più importante in Europa in seguito agli sconvolgimenti che aveva causato Napoleone Bonaparte.

Ecco, nessun'altra nazione ha avuto una storia così travagliata, così difficile e scostante ma anche così straordinaria.

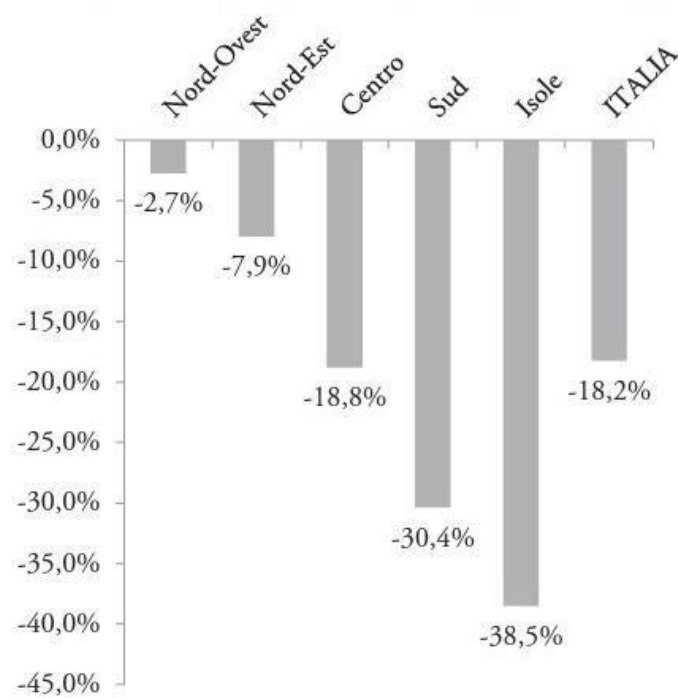
2.1.2. Le politiche pubbliche per la cultura

Fino al diciottesimo secolo l'Italia fu una tappa obbligatoria per l'aristocrazia europea. Il gran tour d'Italia era parte integrante della formazione di ogni aristocratico, filosofo e scrittore che si rispettava. Il "bel paese" era riconosciuto da tutti come la culla dell'arte e della bellezza in Europa.

Oggi l'Italia è il paese con il maggior numero di patrimoni tutelati dall'UNESCO. Ciò costituisce un'enorme ricchezza culturale, paesaggistica e turistica ma ci dà anche una grande responsabilità. Dobbiamo proteggere, ristrutturare e promuovere l'enorme patrimonio archeologico e artistico che abbiamo per farlo diventare una risorsa preziosa.

Purtroppo la situazione attuale è abbastanza sconcertante. Quasi il 70% della popolazione non frequenta i musei, il 74% delle persone ignora completamente i siti archeologici e i monumenti e l'88% non ha mai assistito ad un concerto di musica classica. Inoltre, più del 50% delle persone non è mai andata al cinema l'anno scorso e circa il 40% della popolazione dichiara di non aver mai usato internet nell'anno 2015. Ma cultura non vuol dire soltanto musei e teatri. Cultura vuol dire anche istruzione e lettura.

Figura 2.1. Immatricolati della Laurea triennale e a Ciclo unico - Variazione 2016/2005



Fonte: 12° Rapporto annuale Federculture 2016. pag 412

Purtroppo anche su questo versante la situazione è preoccupante perché tra i paesi OCSE l'Italia ha il minor numero di laureati, solo il 20% della popolazione¹. Nello stesso tempo (anno 2015) il Giappone ha il 71% di laureati, la Danimarca il 62%, la Spagna il 52% e il Portogallo il 43%. Anche per la lettura le cose non vanno meglio.

¹ 12° Rapporto annuale Federculture 2016. pag 41

Tabella 2.1. Gli italiani e la lettura.
Personedi6anniepiù chehannolettoalmeno unlibro negli ultimi 12 mesi per regione. Valori percentuali.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Piemonte	49,4	48,9	51,1	50,6	52,3	53,1	52,4	51,6	47,6	49,2	48,3
Valle D'Aosta	50,8	51,7	51,6	53,8	49,5	55,7	53,0	56,3	55,2	48,1	51,2
Lombardia	52,0	54,0	53,3	53,5	51,8	55,1	54,0	53,9	51,5	50,4	49,6
Liguria	48,6	51,9	48,9	51,3	51,3	52,6	55,8	52,4	48,0	47,3	50,1
Trentino-Alto Adige	53,5	56,4	55,0	57,5	60,0	57,9	58,3	58,4	56,4	53,3	56,4
Veneto	49,5	56,4	49,3	50,6	49,6	53,7	54,2	56,4	50,6	46,0	48,9
Friuli-Venezia Giulia	54,3	56,4	53,9	56,5	56,7	56,3	58,0	54,3	56,4	53,6	51,3
Emilia-Romagna	47,7	56,4	49,2	50,3	51,0	51,5	49,5	53,4	49,5	50,1	46,1
Toscana	46,1	56,4	47,8	48,9	50,0	53,9	50,5	48,9	47,5	48,2	48,8
Umbria	41,6	56,4	40,9	45,4	42,9	44,6	40,0	43,9	41,0	39,0	44,0
Marche	39,6	56,4	39,4	41,6	44,2	43,0	43,4	44,2	41,4	39,5	41,5
Lazio	47,1	56,4	44,6	48,3	48,5	51,4	49,1	49,0	48,7	45,2	45,4
Abruzzo	40,5	56,4	37,8	38,5	41,3	40,8	40,3	40,2	37,2	34,0	36,2
Molise	31,2	56,4	34,6	36,8	38,8	37,8	36,7	36,0	32,4	37,0	35,0
Campania	28,4	56,4	30,2	29,4	32,9	33,3	29,8	32,2	28,9	29,7	27,5
Puglia	28,6	56,4	28,9	29,9	33,1	33,6	31,5	31,7	29,4	26,8	27,5
Basilicata	31,1	56,4	31,9	34,3	35,8	31,4	32,8	33,5	30,9	26,9	28,8
Calabria	29,5	56,4	29,1	31,4	34,3	35,8	31,6	34,6	29,3	29,9	28,8
Sicilia	28,4	56,4	30,1	29,1	31,5	32,8	30,5	32,8	27,6	26,2	30,2
Sardegna	40,2	56,4	45,4	43,7	46,9	49,1	46,7	45,8	45,3	45,7	42,2
Nord-ovest	50,9	56,4	52,2	52,5	51,9	54,3	53,8	53,1	50,1	48,1	49,6
Nord-est	49,7	56,4	50,3	51,7	51,8	53,5	53,2	55,2	51,3	49,0	48,8
Centro	45,3	56,4	44,6	47,4	48,0	50,6	48,1	47,9	46,8	44,9	45,9
Centro-Nord	48,9	56,4	49,4	50,7	50,7	52,9	51,9	52,2	30,0	29,4	28,8
Mezzogiorno	30,4	56,4	31,6	31,6	34,6	35,2	32,7	34,2	32,0	31,1	33,1
Italia	42,3	56,4	43,1	44,0	45,1	46,8	45,3	46,0	43,0	41,4	42,0

Fonte: 12° rapporto annuale Federculture. pag 394

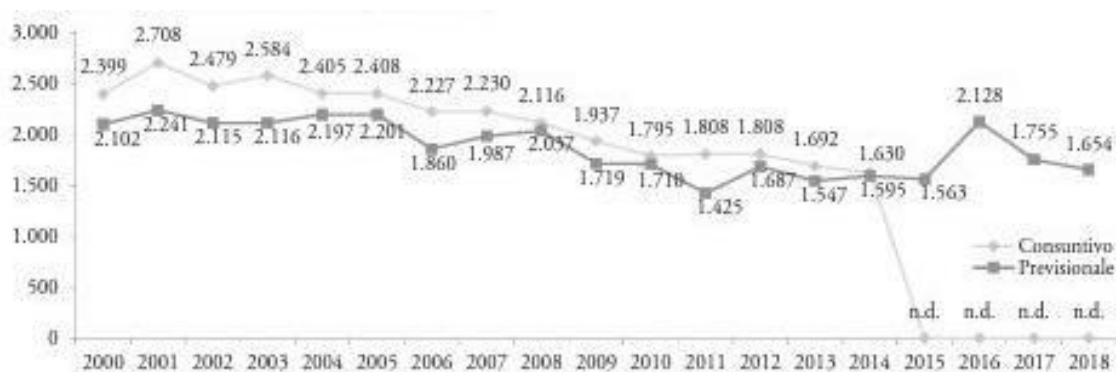
Nel 2015 solo il 42% degli italiani ha letto almeno un libro all'anno. Ciò significa che la maggioranza della popolazione (il 58%) non ha mai letto neanche un libro in un anno. Secondo un recente rapporto dell'OECD gli italiani sono all'ultimo posto per competenze linguistiche tra i paesi di questa organizzazione e sono penultimi per conoscenze matematiche. Il dato più sconcertante che emerge dal rapporto è il livello dell'analfabetismo funzionale che fa sì che il 70% delle persone non sia in grado di capire testi complessi che implicano dei ragionamenti articolati. Come si vedrà più avanti c'è un legame molto stretto tra il livello di istruzione della popolazione e l'andamento di tutti i settori dell'economia, compreso il settore culturale. Ilaria Borletti Buitoni nel suo libro "Per un'Italia possibile" afferma: si protegge ciò che si ama; si ama ciò che si conosce.

Ebbene una popolazione poco istruita e poco informata non conosce e non protegge il suo patrimonio storico e culturale perché non ne comprende l'importanza. Oltre al prestigio internazionale che l'Italia ha per la sua storia, l'arte e la cultura, secondo le ricerche della fondazione Symbolia i prodotti "Made in Italy" possono essere venduti nel mondo con un prezzo (e quindi con un margine di profitto) superiore del 20% grazie all'immagine di qualità e bellezza che trasmettono nel consumatore estero².

² Io sono cultura 2017 - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi, Symbolia. pag 34

Inoltre le nostre città d'arte e il paesaggio unico danno un forte impulso al turismo e, insieme alla cultura, attraggono oltre il 50% dell'intero flusso turistico estero che nel 2016 ha portato nel paese 36,4 miliardi di euro. Invece, in Italia, si sente spesso dire, anche nei dibattiti politici, che la cultura non si mangia. Che la cultura è solo un costo superfluo per la società che ormai non ci possiamo più permettere perché le cose importanti sono altre. Certe affermazioni, per quanto infondate, appaiono spesso convincenti ad un'opinione pubblica disinformata e disinteressata. Ciò si riflette nelle scelte politiche dei nostri governanti che per anni hanno continuato a tagliare i fondi per la cultura e l'istruzione. Benjamin Franklin, uno dei fondatori degli Stati Uniti d'America, sosteneva invece che l'investimento in conoscenza ha il rendimento più alto di qualsiasi altro tipo di investimento. Evidentemente noi non la pensiamo come Franklin dal momento che i fondi assegnati al Ministero dei beni e delle attività culturali (MiBACT) hanno conosciuto una progressiva riduzione per molti anni.

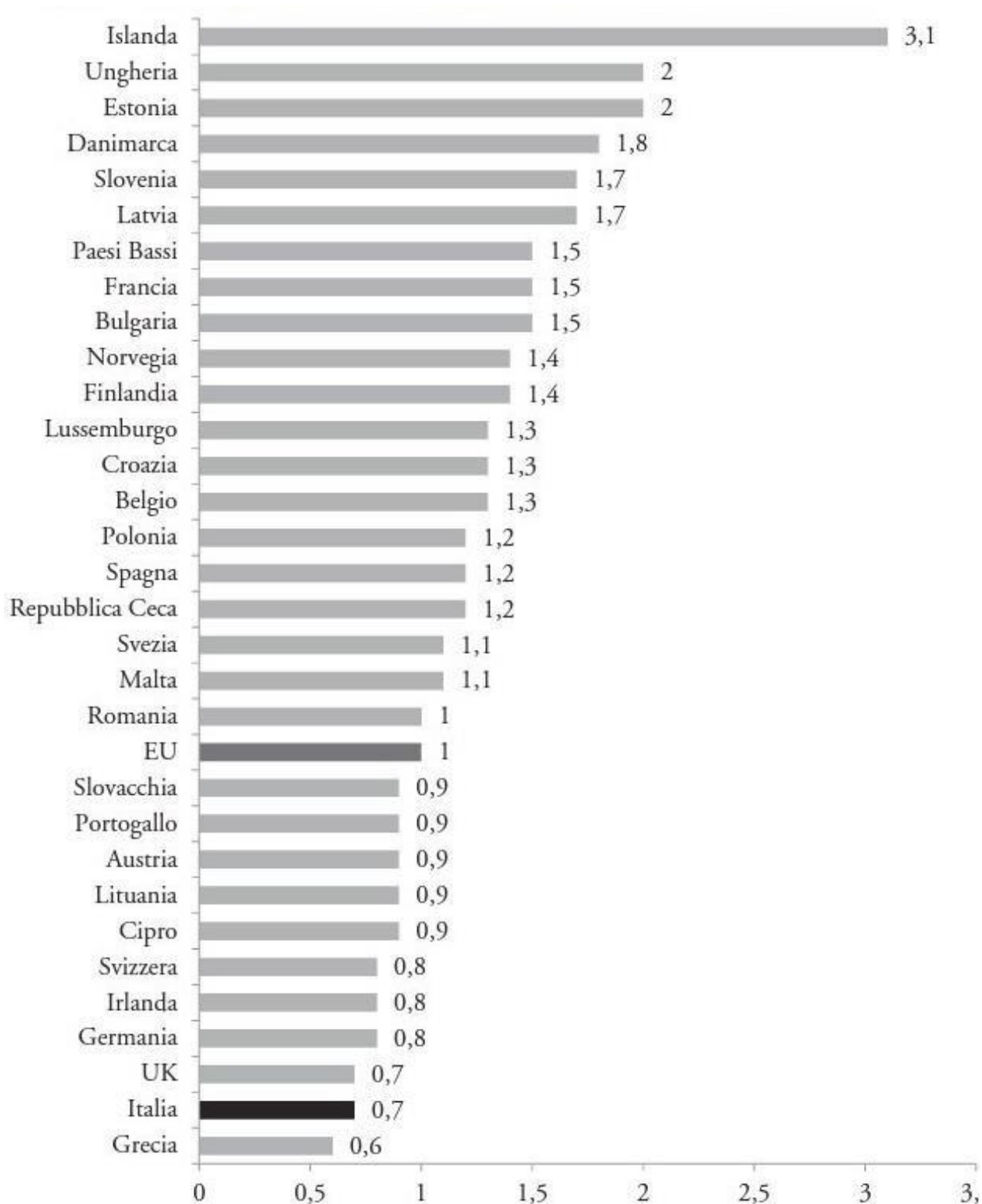
Figura 2.2. Il finanziamento statale alla cultura. Il bilancio MiBACT andamento storico (milioni di euro).



Fonte: 12° Rapporto annuale Federculture 2016. pag 375

Tale tendenza sembrava che si fosse invertita nel 2016 con un consistente aumento dei fondi per la cultura ma tale aumento non è chiaro se sia una misura strutturale e di lungo termine o se sia frutto di una breve congiuntura politica destinata a rientrare, lasciando le cose esattamente come prima. Per capire meglio se i fondi assegnati alla cultura siano tanti o pochi si può fare un confronto con gli altri paesi europei simili al nostro. Come si vede nella figura sottostante, nell'anno 2014, l'Italia è penultima in Europa per incidenza della spesa culturale sul Pil. Se si considera che l'Italia è il paese con il maggior numero di siti archeologici e monumentali tutelati dall'Unesco come patrimonio dell'umanità, il problema si manifesta in tutta la sua gravità. Anche se noi dedicassimo più risorse alla cultura rispetto agli altri paesi probabilmente sarebbe insufficiente per tutelare e promuovere il nostro immenso e diffuso patrimonio culturale. Figuriamoci se i fondi sono così irrisori. Questa dovrebbe essere un'emergenza nazionale per il nostro paese perché si rischia di perdere un'eredità storica dal valore immenso. Il problema vero non è dovuto solo alle ristrettezze di bilancio perché anche se rapportassimo la spesa statale per la cultura al budget totale dello stato, l'Italia rimarrebbe sempre penultima in europea. Infatti il rapporto "spese per cultura / totale budget" in Italia è 1,4% contro una media europea del 2,1%. Ciò significa che l'inadeguato finanziamento delle attività culturali è una scelta politica strutturale, cosciente e di lungo termine nel nostro paese.

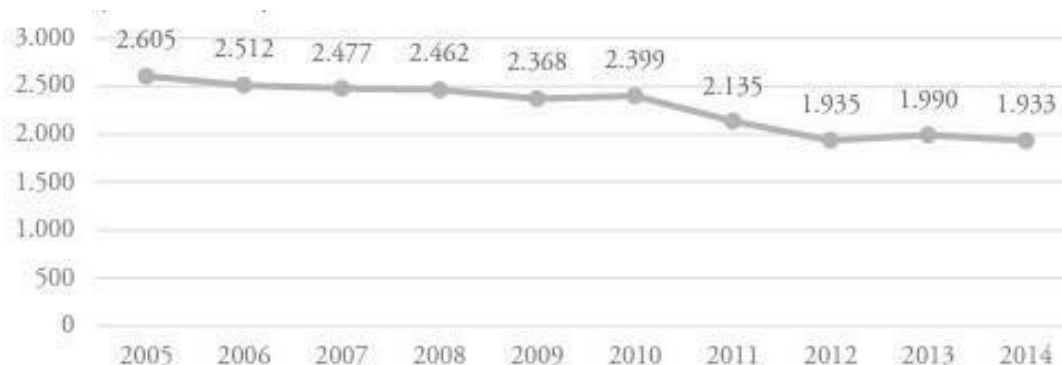
Figura 2.3. Spesa dei governi per la cultura in Europa in % del Pil - Anno 2014



Fonte: 12° Rapporto annuale Federculture 2016. pag 383

Dopo aver parlato delle scelte strategiche dello strato centrale per quanto riguarda il settore della cultura, sarebbe utile analizzare il comportamento delle istituzioni locali come i comuni e le provincie. Anche qui la situazione non appare molto migliore perché, dal 2005 al 2014, i comuni hanno ridotto del 26% i fondi destinati alle attività culturali. Bisogna però dire che negli ultimi anni i trasferimenti statali ai comuni hanno subito tagli molto pesanti e le spese per la cultura si sono ridotte generalmente in modo proporzionale rispetto alla riduzione generale dei trasferimenti.

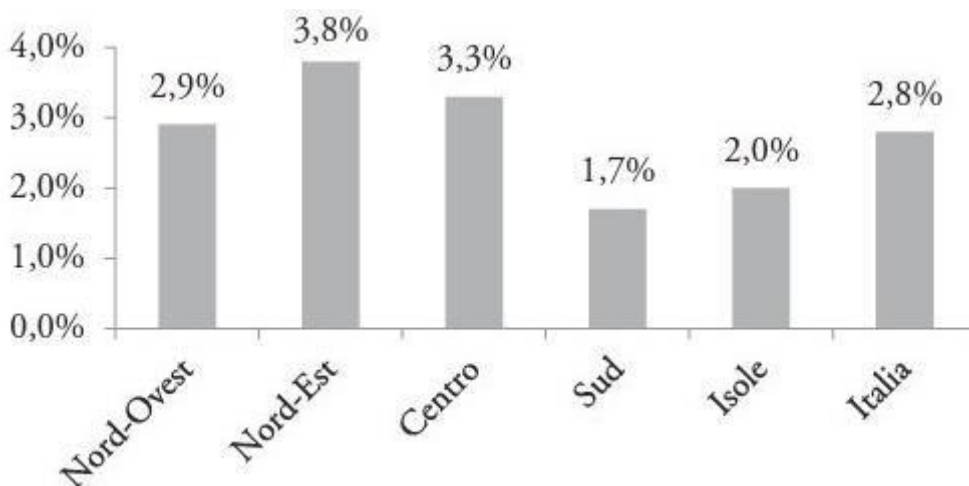
Figura 2.4. Spesa delle amministrazioni comunali per la cultura, impegni - Serie storica (milioni di euro).



Fonte: 12° Rapporto annuale Federculture 2016. pag 379

Vi sono però delle differenze importanti tra le varie regioni del paese. Nel Nord-Est e nel Centro Italia i comuni dedicano alla cultura un ammontare di finanziamenti molto maggiore rispetto al sud e alle isole, non solo in valore assoluto ma anche in rapporto alla loro spesa totale (in %).

Figura 2.5. La spesa dei Comuni in cultura - Incremento % sul totale della spesa 2014.

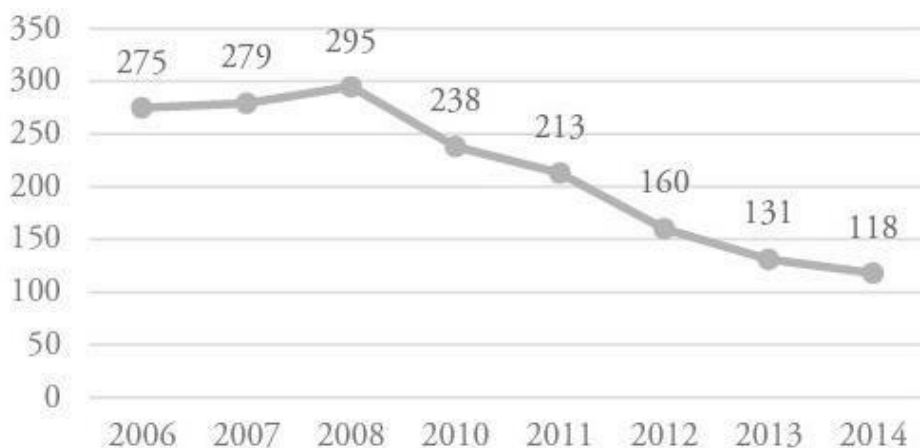


Fonte: 12° Rapporto annuale Federculture 2016. pag 379

Ciò significa che le amministrazioni comunali si mostrano un pò più attente dello stato centrale alle esigenze culturali del loro territorio pur dovendo affrontare pesanti tagli di bilancio dovuti alla riduzione dei trasferimenti statali.

Le amministrazioni provinciali (finche sono state operative), dal 2006 al 2014, hanno ridotto del 57% le risorse per la cultura.

Figura 2.6. Spesa delle amministrazioni provinciali per la cultura, impegni - Serie storica (milioni di euro).

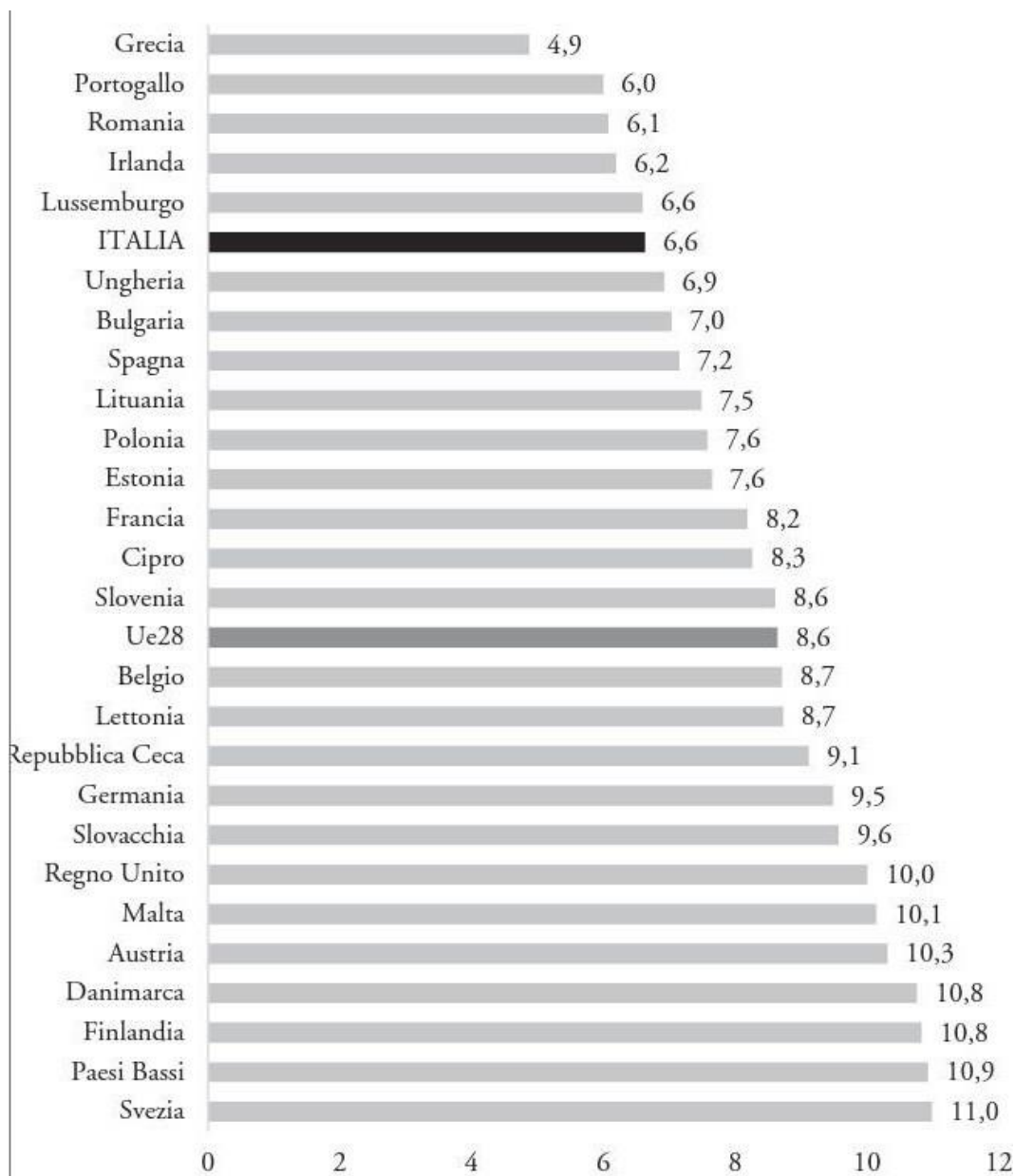


Fonte: 12° Rapporto annuale Federculture 2016. pag 380

Infine, dopo aver analizzato il modo in cui le istituzioni si avvicinano al settore della cultura (un approccio di sottovalutazione e sottofinanziamento del settore rispetto agli altri paesi), ci si può concentrare sull'atteggiamento delle famiglie e dei consumatori nei confronti del settore.

La spesa delle famiglie italiane per la ricreazione e la cultura nel 2014 ha inciso per il 6,6% sulla spesa totale, un dato ben al di sotto della media europea che si attesta a 8,6%. In termini assoluti tale spesa risulta molto variabile nel tempo ma ciò è dovuto alla variazione del potere d'acquisto delle famiglie e alla congiuntura economica perché in termini percentuali la spesa per la cultura si prospetta abbastanza stabile.

Figura 2.7. Spesa delle famiglie europee per ricreazione e cultura (come % della spesa totale per consumi).



Fonte: 12° Rapporto annuale Federculture 2016. pag 387

Un'altra fonte importante di finanziamento culturale è stata il mecenatismo delle fondazioni bancarie (fondazioni erogatrici) ma nell'ultimo decennio anche queste erogazioni hanno subito una riduzione del 43%.

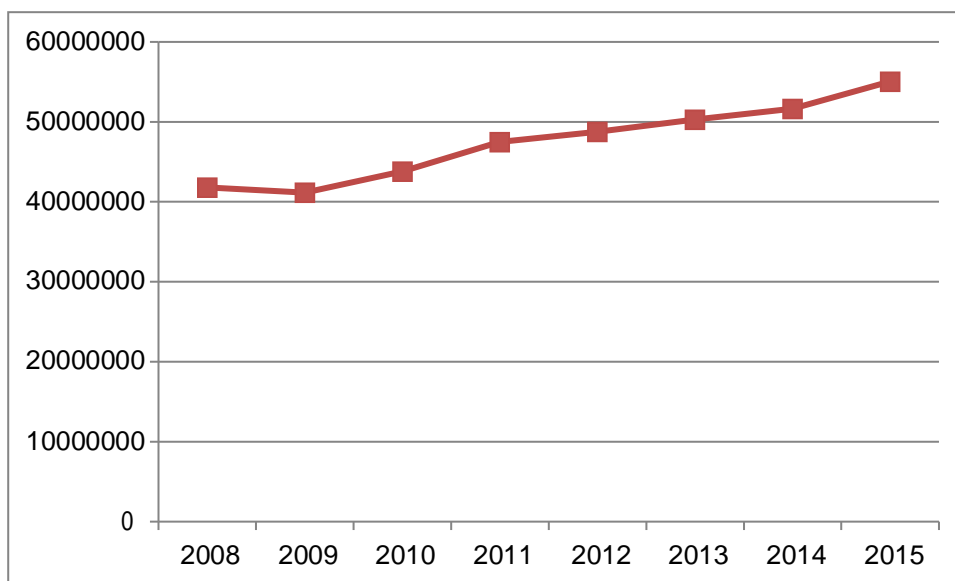
E' pur vero che il periodo che si sta analizzando corrisponde alla crisi economica più grave dal dopoguerra. La crisi scoppiata nel 2008 colpì duramente l'Italia soprattutto nel 2011, quando la speculazione internazionale prese di mira i debiti pubblici di alcuni paesi europei. Lo spread tra titoli di stato italiani e quelli tedeschi arrivò a superare i 500 punti base. Ciò costrinse il tesoro a pagare dei tassi d'interesse molto alti per poter collocare i titoli sul mercato e remunerare il maggior rischio che gli investitori dovevano affrontare per continuare a prestare capitali al nostro paese. La crisi del debito pubblico colpì anche le banche, già in condizioni precarie, perché queste

ultime avevano nei loro bilanci molti titoli di stato come riserve. La perdita di affidabilità dei BTP mise in pericolo anche la solidità delle banche. Però tale congiuntura economica negativa può spiegare solo in parte la consistente riduzione dei fondi per l'istruzione e la cultura. Appare evidente che nel nostro paese la cultura non è affatto una priorità, ne per lo stato e neanche per buona parte dell'opinione pubblica.

2.1.3. Turismo, musei e intrattenimento

Nonostante questo scenario preoccupante non tutto è perduto. Ci sono dei settori culturali di eccellenza e in controtendenza rispetto al scenario economico generale. Il turismo in Italia ha conosciuto un'importante crescita sia nel numero dei visitatori stranieri sia nel livello delle entrate. Questo andamento positivo è favorito anche dalle difficoltà che altri paesi nel mediterraneo stanno incontrando. Le rivolte nei paesi del nord africa come Egitto e Marocco, l'instabilità politica in Turchia e il pericolo di attentati terroristici in Francia e Inghilterra hanno creato un contesto molto favorevole per il turismo italiano.

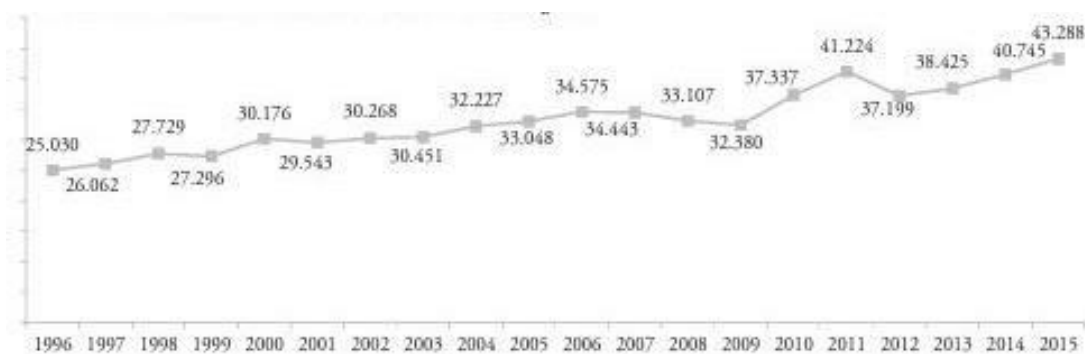
Figura 2.8. Arrivi (numero di turisti stranieri)



L'Italia è il terzo paese in Europa per numero di arrivi turistici dopo la Francia e la Spagna. Il turismo ha un legame molto stretto con la cultura, tanto che oltre metà dei visitatori si concentra nelle grandi città d'interesse storico ed artistico come Roma, Firenze, Venezia, ecc. L'87,7% dei turisti si concentra nel nord e nel centro del paese. Il sud è le isole, nonostante il loro magnifico clima, le spiagge e le bellezze artistiche e archeologiche attraggono rispettivamente solo il 6,5% e il 5,8% degli arrivi turistici stranieri. Intorno al turismo poi si sviluppa un'intera filiera produttiva (enogastronomia, viaggi, musei, spettacoli, artigianato) che in Italia ha un valore complessivo di 167,5 miliardi di euro, con un incidenza del 10,2% sul PIL. Sono oltre 2,6 milioni i lavoratori che, direttamente o indirettamente, sono impegnati in questo settore.

Nell'ultimo decennio è aumentato costantemente anche il numero dei visitatori nei musei statali.

Figura 2.9. Visitatori dei siti culturali statali - valori in migliaia.



Fonte: 12° Rapporto annuale Federculture 2016. pag 396

Nel 2015 i visitatori dei musei sono stati oltre 43 milioni e gli introiti generati hanno superato i 155 milioni di euro. Le potenzialità del nostro paese sono molto più grandi e ci sono ampi margini di miglioramento. Tra i primi dieci musei al mondo solo uno è italiano: I Musei Vaticani.

Figura 2.10. Classifica dei musei più visitati al mondo.

Pos. 2015	Pos. 2014	Museo	Città	Visitatori	Var. 2015/2014
1	1	Louvre	Parigi	8.600.000	-7,1%
2	2	British Museum	Londra	6.820.686	1,9%
3	4	Metropolitan Museum of Art	New York	6.533.106	6,0%
4	5	Musei Vaticani	Città del Vaticano	6.002.521	1,9%
5	3	National Gallery	Londra	5.908.254	-7,9%
6	7	National Palace Museum	Taipei	5.291.797	-2,0%
7	6	Tate Modern	Londra	4.712.581	-18,5%
8	9	National Gallery of Art	Washington	4.104.331	5,4%
9		Museo dell'Ermitage	San Pietroburgo	3.668.031	
10	11	Musée d'Orsay	Parigi	3.440.000	-1,7%
11	14	Victoria and Albert Museum	Londra	3.432.325	7,9%
12	16	Reina Sofia	Madrid	3.249.591	21,4%
13	19	Somerset House	Londra	3.235.104	31,3%
14	10	National Museum of Korea	Seul	3.129.680	-11,5%
15	15	MoMA - Museum of Modern Art	New York	3.084.624	2,2%
16	12	Centre Pompidou	Parigi	3.060.000	-11,3%
17		Tokyo Metropolitan Art Museum	Tokyo	2.772.829	
18	13	National Folk Museum of Korea	Seul	2.762.143	-15,6%
19	17	Museo Nacional del Prado	Madrid	2.696.666	6,3%
20	22	National Art Center Tokyo	Tokyo	2.466.311	
25	26	Galleria degli Uffizi	Firenze	1.971.596	1,8%
37	46	Galleria dell'Accademia	Firenze	1.415.397	6,0%
43	45	Palazzo Ducale	Venezia	1.276.127	-5,0%
56	59	Museo Nazionale di Castel Sant'Angelo	Roma	1.047.326	2,5%
68	70	Palazzo Pitti	Firenze	863.535	-2,4%
73	89	Museo di Palazzo Vecchio	Firenze	815.127	16,3%

Fonte: 12° Rapporto annuale Federculture 2016. pag 399

L'Italia deve fare investimenti per migliorare la promozione dell'offerta turistica nel mondo e valorizzare il suo diffuso patrimonio storico e archeologico evitando il concentramento di enorme masse di turisti verso pochi grandi attrattori come Roma, Firenze e Venezia. Si deve altresì porre

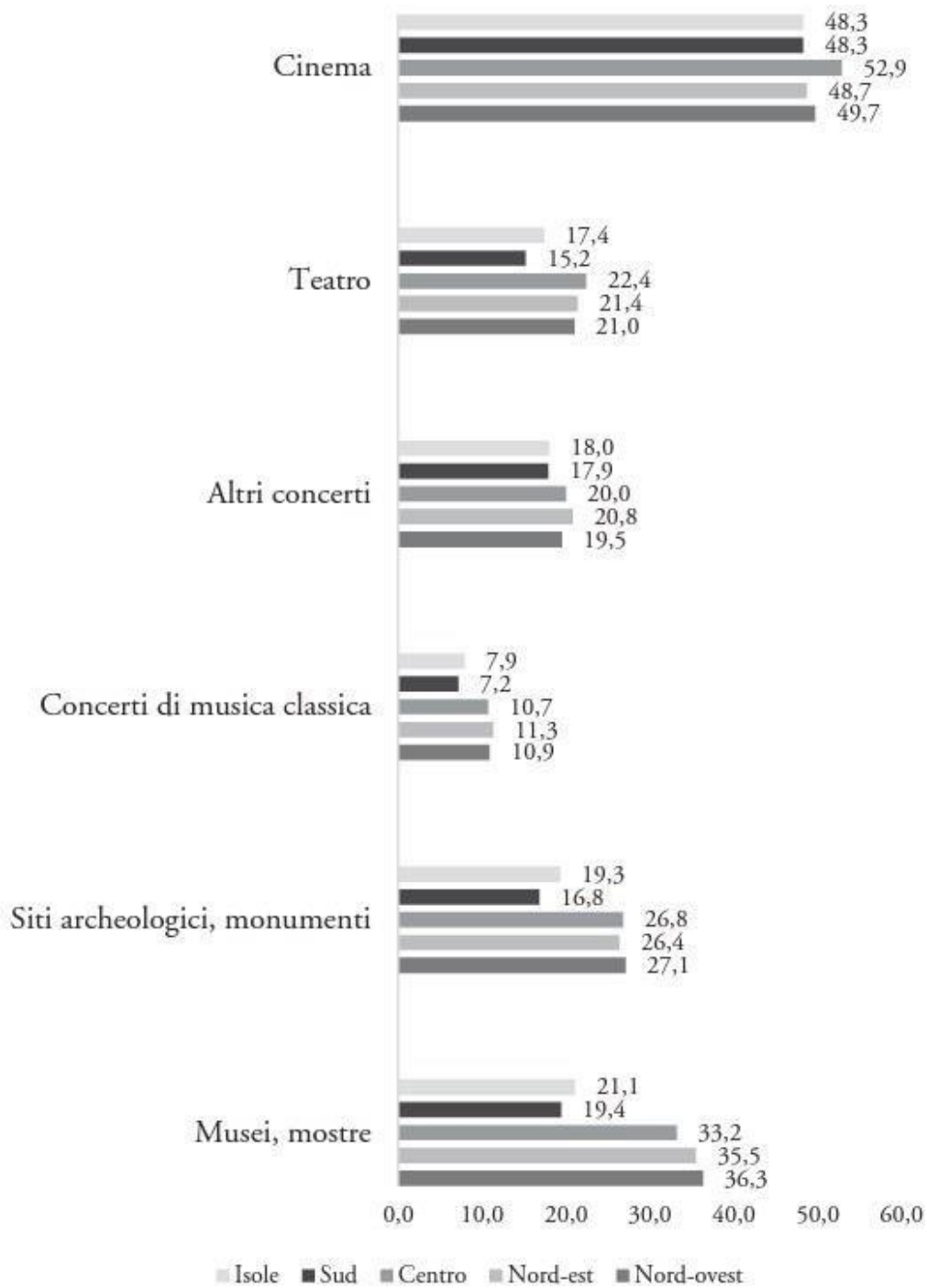
rimedio al consumo di suolo che sta snaturando l'identità paesaggistica del paese. La cementificazione non crea soltanto problemi estetici ma riduce i terreni coltivabili e danneggia l'agricoltura e con essa l'enogastronomia, entrambe eccellenze che costituiscono un vanto per l'Italia nel mondo.

La fruizione della cultura, non solo da parte dei turisti ma anche dei cittadini residenti, è un indicatore importante per capire quanta domanda di cultura c'è in Italia. Un'alta domanda di cultura può contribuire a migliorare e aumentare il livello e la qualità dell'offerta dei servizi culturali.

Qui si prendono in considerazione sette tipologie di intrattenimenti culturali: cinema, teatro, concerti di musica classica, altri concerti, siti archeologici e musei.

E' triste notare che quasi in nessuna delle precedenti categorie si supera la soglia di fruizione del 50%. Ciò significa che solo una minoranza della popolazione italiana frequenta i luoghi della cultura, e questo potrebbe spiegare, almeno in parte, i tagli e il disinteresse delle amministrazioni pubbliche di cui si è parlato in precedenza.

Figura 2.11. La fruizione culturale per area geografica - Anno 2015, valori %.



Fonte: 12° Rapporto annuale Federculture 2016. pag 390

Andare al cinema sembra essere l'intrattenimento culturale preferito degli italiani, con una frequentazione che si avvicina al 50% della popolazione. Tale tendenza appare omogenea in tutto il paese, senza sensibili differenze tra Nord, Centro e Sud.

Al secondo posto ci sono i musei e le mostre. Qui si denota una rilevante differenza tra il Centro-nord e il Sud. Si va da un livello minimo di frequentazione dei musei (19,4% delle persone) nel Sud Italia fino a un massimo di 36,4% nel Nord-ovest.

Scendendo la classifica ritroviamo la frequentazione dei siti archeologici e dei monumenti. Su questo punto l'Italia è un paese privilegiato, il più fortunato del mondo. Abbiamo dei siti archeologici, come I Fori imperiali, Il Colosseo, Aquileia, Pompei, la Valle dei templi, che ci invidia tutto il mondo. Certo, fa effetto vedere che sul Financial Times, in prima pagina, si parla dei crolli di Pompei o che si vedono dei cumuli di rifiuti con il Colosseo sullo sfondo. Spesso noi ci indigniamo di certe situazioni di degrado ma in realtà non frequentiamo molto questi luoghi meravigliosi. Forse l'abbandono di questi luoghi fa molti più danni dei rifiuti, anche se l'abbandono non va in prima pagina sui giornali. Forse l'abbandono è all'origine dei crolli, dei rifiuti e del degrado.

Seguono poi i teatri e i concerti che esercitano un'attrattiva che si aggira, mediamente, intorno al 19% della popolazione. Al Nord e al Centro i teatri sono più frequentati che al Sud e nelle Isole.

In fondo ci sono i concerti di musica classica, seguiti da meno del 10% delle persone. Purtroppo questi spettacoli sono spesso percepiti come l'esclusività di un'aristocrazia elitaria. E' chiaramente un pregiudizio che danneggia prima di tutto la stessa musica classica che ha una bellezza e una profondità unica.

2.2. L'impatto economico e occupazionale della cultura

L'Italia finalmente sta uscendo dalla peggiore crisi economica del dopoguerra, anche se a ritmi molto più lenti degli altri paesi europei. Le sfide che ci attendono sono sempre più impegnative in un mondo sempre più globalizzato e interconnesso. Anche le opportunità che abbiamo davanti sono molto grandi. Il "Made in Italy" piace molto nel mondo ed è da questo che bisogna ripartire, dalla vocazione all'esportazione che ha reso grande questo paese negli anni. L'economia italiana sconta un problema di bassa produttività dovuto a molti fattori come la carenza di infrastrutture, bassi investimenti in ricerca e sviluppo, bassi investimenti in tecnologia ecc. Ma noi abbiamo anche delle eccellenze come l'industria manifatturiera, l'agricoltura e la moda. Bisogna puntare molto sull'innovazione e sul design perché sono questi i nostri punti di forza. Gli italiani sono famosi nel mondo per la loro creatività, per il design, la genialità e il loro senso del bello. Bisogna unire dunque la cultura e l'arte con la creatività e la tecnologia per generare innovazione.

2.2.1. Impostazione metodologica

La fondazione Symbola ha condotto una ricerca sul "Sistema Produttivo Culturale e Creativo" in Italia. Lo scopo è quello di analizzare l'impatto economico delle attività svolte dalle imprese e degli enti che hanno stretti legami con la il mondo della cultura, dell'arte e dell'innovazione. L'insieme di queste imprese e di queste attività è stata divisa in macrodomini seguendo la classificazione Ateco 2007 delle attività produttive italiane.

Tabella 2.2.

Sistema Produttivo Culturale e Creativo		
Macrodomini	Aree di attività	Esempi
CORE CULTURA	Industrie creative	architettura, design e comunicazione
	Industrie culturali	cinema, musica, radio, tv, editoria, media, software
	Patrimonio storico-artistico	musei, biblioteche, archivi, monumenti
	Performing arts e arti visive	spettacolo dal vivo, arti visive
CREATIVE DRIVEN		attività diverse da quelle culturali ma comunque affini

Fonte: elaborazione propria basata su: [Io sono cultura 2017 - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi, Symbola. pag 39](#)

Come si evince dalla tabella, le attività classificate come culturali e creativa sono molto diverse tra loro perché si va dall'architettura, al cinema, alla musica, ai musei e molto altro ancora. E' ragionevole raggruppare queste attività sotto le insegne della cultura perché esse hanno tutte in comune la vocazione artistica e creativa, figlie del contesto culturale e sociale di ogni paese. Insomma non è un caso se i migliori stilisti e designer siano nati nello stesso paese che ha avuto i più grandi artisti e scultori della storia, l'Italia. Le imprese considerate sono sia società di capitali che società di persone, sia enti non profit che imprese commerciali con scopo di lucro.

La vastità dell'argomento e la sua eterogeneità impongono di definire quali professioni e occupazioni considerare come culturali e quali no.

Tabella 2.3. Attività lavorative che rientrano nel Sistema Produttivo Culturale e Creativo.

	Attività culturali e creative (core cultura)	Altre attività
Professioni culturali e creative	X	X
Altre professioni	X	

Fonte: elaborazione propria su: [Io sono cultura 2017 - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi, Symbola. pag 41](#)

Il caso più semplice è quello delle professioni culturali svolte all'interno di imprese che operano nel settore culturale e creativo. Questo potrebbe essere il caso di un'attrice che lavora in un teatro o un grafico che lavora in una casa editrice.

All'interno delle imprese e degli enti impegnati nel settore della cultura ci possono essere delle persone che svolgono delle mansioni che non sono definibili come culturali o creative. Si pensi ad esempio al personale di sicurezza di un museo. Queste professioni sono comprese nel Sistema Produttivo Culturale e Creativo perché, anche se non strettamente attinenti alla cultura, il lavoro di questi professionisti dà un contributo importante alle attività del settore.

Infine ci possono essere dei lavoratori che svolgono attività culturali e creative in imprese che non operano nel settore della cultura. Per esempio un cantante che lavora in un ristorante per intrattenere i clienti viene incluso nelle statistiche culturali perché, anche se la ristorazione non è considerata un'attività cultural, la prestazione del cantante è comunque un lavoro artistico.

2.2.2. Dimensione economica del settore culturale e creativo

L'impatto economica del Sistema Produttivo Culturale e Creativo appare sorprendentemente importante e in continua crescita. Nel 2016 le imprese del settore hanno realizzato un valore aggiunto di quasi 90 miliardi di euro, corrispondente al 6% del PIL. Il numero di occupati nel settore è arrivato a quasi 1,5 milioni di persone, pari al 6% dei lavoratori in Italia³.

Se si analizza più in dettaglio il fenomeno si scopre che le attività definite "Core cultura" (cioè strettamente culturali) costituiscono i due terzi dell'intero settore, sia per rilevanza economica che per impatto occupazionale. Le industrie culturali sono l'area di attività prevalente nel settore con la stampa e l'editoria che fanno da capofila, seguite dai videogiochi e dai software.

³ Io sono cultura 2017 - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi, Symbola. pag 43

Tabella 2.4.

Valore aggiunto e occupazione del Sistema Produttivo Culturale e Creativo italiano per settore Anno 2016 (valori assoluti e composizioni percentuali)				
Settori	VALORE AGGIUNTO		OCCUPAZIONE	
	valori assoluti (milioni di euro)	incidenze %	valori assoluti (migliaia)	incidenze %
INDUSTRIE CREATIVE	12.925,8	14,4	253,3	16,9
<i>Architettura</i>	5.122,4	5,7	88,0	5,9
<i>Comunicazione</i>	4.452,8	5,0	100,9	6,7
<i>Design</i>	3.350,6	3,7	64,4	4,3
INDUSTRIE CULTURALI	33.400,9	37,1	491,9	32,9
<i>Cinema, radio, tv</i>	7.623,1	8,5	58,6	3,9
<i>Videogiochi e software</i>	11.518,2	12,8	159,7	10,7
<i>Musica</i>	309,4	0,3	5,9	0,4
<i>Stampa, editoria</i>	13.950,2	15,5	267,7	17,9
PATRIMONIO STORICO-ARTISTICO	2.916,7	3,2	53,1	3,6
PERFORMING ARTS E ARTI VISIVE	7.206,2	8,0	129,5	8,7
CORE CULTURA	56.449,6	62,8	927,8	62,0
CREATIVE DRIVEN	33.477,5	37,2	567,6	38,0
SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE E CREATIVO	89.927,2	100,0	1.495,3	100,0

Fonte: Io sono cultura 2017 - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi, Symbola. pag 50

Tra il 2015 e il 2016 l'occupazione nel settore è cresciuta dell'1,5% a fronte di un aumento dell'occupazione generale dell'1,3%. Anche per quanto riguarda il valore aggiunto, la crescita della produzione culturale è stata superiore alla crescita del PIL del paese, rispettivamente +1,8% e +1,5%.

Il Sistema Produttivo Culturale e Creativo presenta un dualismo territoriale, con la concentrazione di oltre metà dei posti di lavoro e del valore aggiunto nel Nord Italia. Nel Mezzogiorno si realizza solo il 15,6% del valore aggiunto e il 19% dell'occupazione del settore. Le regioni più importanti nel sistema culturale sono la Lombardia (con il 26,1% del valore aggiunto e il 23,1% dell'occupazione) e il Lazio (con il 16,5% del valore aggiunto e il 13,7% dell'occupazione). Le aree metropolitane di Milano e Roma hanno un ruolo preponderante nel settore, sia per la loro rilevanza economica che per il numero di abitanti. Nella Capitale gli enti culturali generano 13,7 miliardi di euro e danno lavoro a 181 mila persone. A Milano il sistema genera 14,6 miliardi di euro e 189 mila posti di lavoro

Tabella 2.5.

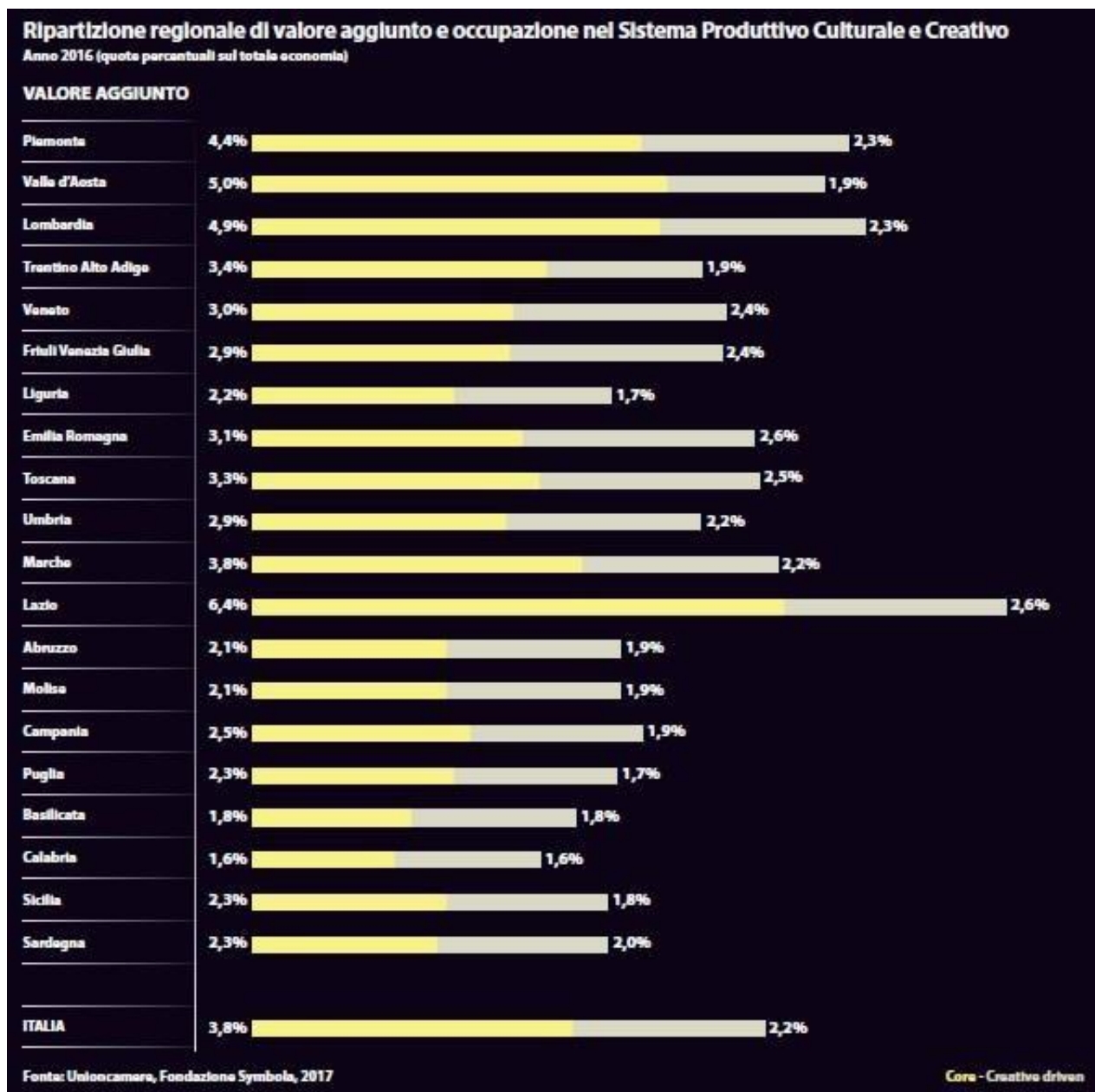
Valore aggiunto e occupazione del Sistema Produttivo Culturale e Creativo nelle regioni Italiane						
<small>Anno 2016 (valori assoluti, composizioni e incidenza percentuali sul totale economia)</small>						
	VALORE AGGIUNTO			OCCUPAZIONE		
	milioni di euro	in % sul totale Italia	in % sul totale economia	migliaia	in % sul totale Italia	in % sul totale economia
Piemonte	7.821,5	8,7	6,7	125,4	8,4	6,7
Valle d'Aosta	275,8	0,3	6,9	4,4	0,3	7,2
Lombardia	23.433,1	26,1	7,2	344,8	23,1	7,4
Trentino Alto Adige	1.923,8	2,1	5,3	33,7	2,3	6,3
Veneto	7.432,9	8,3	5,4	134,0	9,0	6,1
Friuli Venezia Giulia	1.731,6	1,9	5,3	33,0	2,2	6,2
Liguria	1.704,5	1,9	3,9	30,9	2,1	4,5
Emilia Romagna	7.695,4	8,6	5,6	136,1	9,1	6,5
Toscana	5.811,4	6,5	5,8	100,8	6,7	6,1
Umbria	997,2	1,1	5,1	21,2	1,4	5,6
Marche	2.208,0	2,5	6,0	42,3	2,8	6,4
Lazio	14.842,8	16,5	8,9	204,1	13,7	7,8
Abruzzo	1.193,1	1,3	4,0	22,8	1,5	4,3
Molise	220,2	0,2	4,0	4,5	0,3	4,1
Campania	4.059,9	4,5	4,4	77,5	5,2	4,2
Puglia	2.675,7	3,0	4,1	57,7	3,9	4,2
Basilicata	375,5	0,4	3,6	8,3	0,6	4,2
Calabria	956,2	1,1	3,2	21,5	1,4	3,4
Sicilia	3.304,5	3,7	4,1	67,0	4,5	4,3
Sardegna	1.263,9	1,4	4,3	25,3	1,7	4,2
Nord-Ovest	33.235,0	37,0	6,8	505,5	33,8	6,9
Nord-Est	18.783,7	20,9	5,5	336,8	22,5	6,3
Centro	23.859,4	26,5	7,4	368,5	24,6	6,9
Mezzogiorno	14.049,1	15,6	4,1	284,6	19,0	4,1
ITALIA	89.927,2	100,0	6,0	1.495,3	100,0	6,0

Fonte: Unioncamera, Fondazione Symbola, 2017

Fonte: Io sono cultura 2017 - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi, Symbola. pag 55

In particolare nel Lazio ha un ruolo fondamentale la componente Core Cultura che riguarda la tutela dell'immenso patrimonio culturale e creativo e le industrie culturali. Come si diceva precedentemente, sul Sistema Produttivo Culturale e Creativo, il macrodominio Core Cultura rappresenta quasi i due terzi dell'intero sistema. Però ci sono delle differenze tra le regioni. Ci sono per esempio regioni come la Calabria e la Basilicata dove il macrodominio "Creative driven" (attività non direttamente culturali) ha un peso maggiore nel settore rispetto alla media nazionale.

Figura 2.12

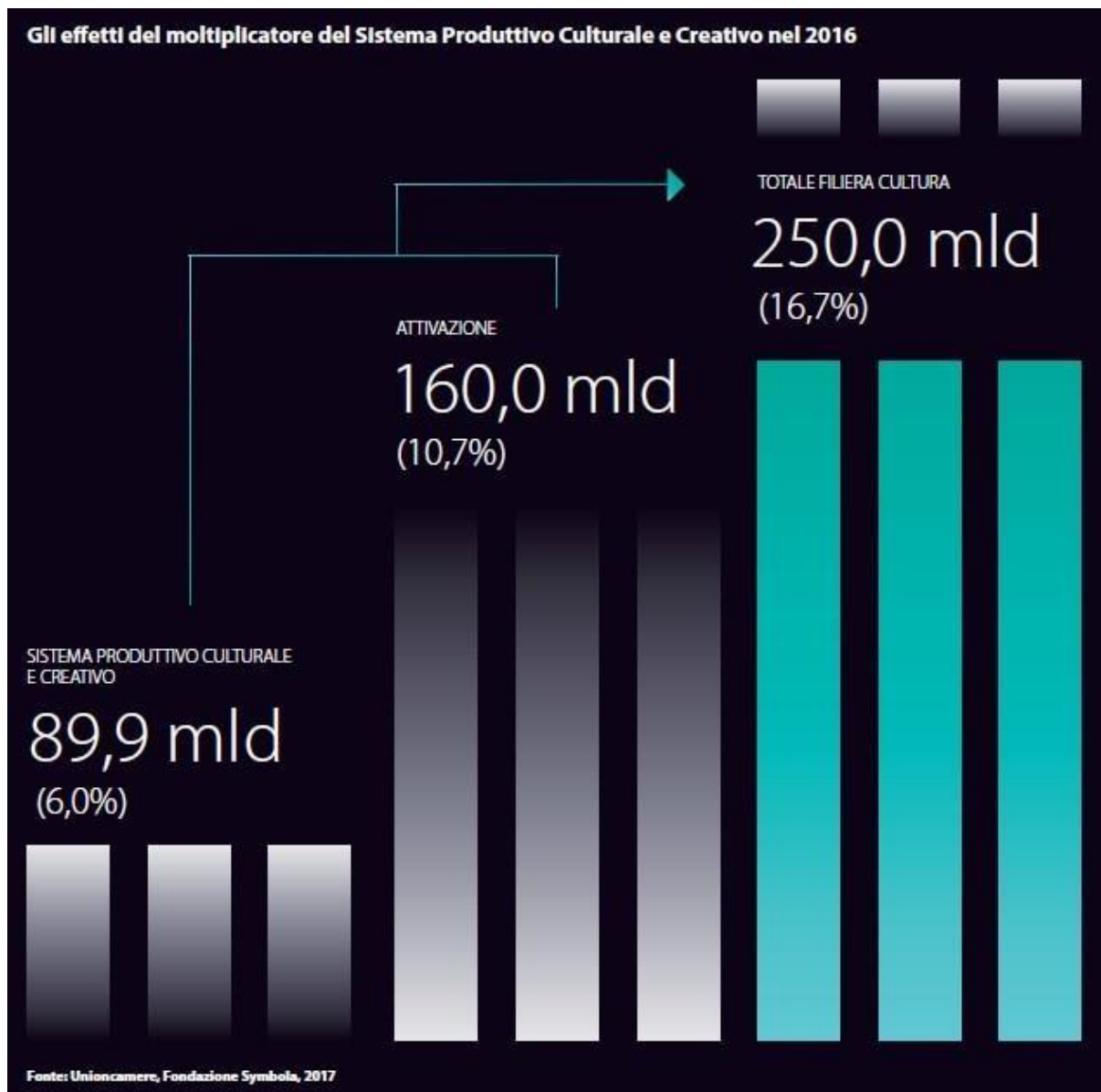


Fonte: Io sono cultura 2017 - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi, Symbola. pag 57

Il Sistema produttivo Culturale e Creativo estende la sua influenza anche su altri settori dell'economia, come effetto dell'interdipendenza settoriale. Le imprese culturali e creative infatti attivano intorno a se una filiera produttiva molto vasta. Tale filiera comincia con le produzioni a monte attraverso le quali le imprese culturali ricevono le materie prime (input) per avviare la produzione. I fornitori di materie prime, molto spesso, non fanno parte del settore culturale e creativo ma realizzano parte del proprio fatturato lavorando con tale settore. Poi c'è la commercializzazione a valle dove le imprese culturali si avvalgono e quindi attivano altre imprese di servizi per il trasporto e la vendita dei prodotti. A tutto ciò si aggiungono servizi amministrativi, contabili e legali che lavorano anche per il settore culturale pur non essendo parte di esso. In altre parole il sistema culturale e creativo genera un indotto economico che vale circa 160 miliardi di

euro. Se si sommano gli 89,9 miliardi prodotti direttamente dal Sistema culturale e creativo, con il valore aggiunto del suo indotto, si arriva ad un valore della filiera culturale (intesa in senso lato) di quasi 250 miliardi di euro nel 2016.⁴

Figura 2.13.



Fonte: *Io sono cultura 2017 - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, Symbola. pag 66

L'incidenza della filiera culturale sul Pil diventa così del 16,7%. Un valore tutt'altro che trascurabile. Si osserva che le attività che ruotano intorno alla cultura (l'indotto) hanno un valore persino superiore del Settore culturale in sé. Infatti la cultura ha una leva economica (un moltiplicatore) di 1,78. In altre parole, per ogni euro prodotto dal Sistema culturale e creativo, si generano altri 1,78 euro di valore aggiunto dalle imprese dell'indotto⁵.

^{4, 5} *Io sono cultura 2017 - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, Symbola. pag 65

Per quanto attiene all'assetto strutturale, il Sistema Culturale e Creativo è composta da 413.752 imprese (nell'anno 2016). Tali imprese rappresentano il 6,8% di tutte le attività del paese. Seguendo la classificazione adottata finora, c'è una netta prevalenza delle imprese Core Cultura (69,87%) rispetto a quelle Creative Driven (30,13%). Il dato appare abbastanza in linea con il valore aggiunto prodotto e l'occupazione generata dai due macrodomini in questione.

Tabella 2.6.

COMPOSIZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE E CREATIVO			
CORE CULTURA		CREATIVE DRIVEN	
Area economica	Numero imprese	Attività diverse da quelle culturali ma comunque affini in quanto sottoposte a processi di culturalizzazione	
1) Industrie creative	126671		
- architettura	63090		
- comunicazione	43417		
- design	20164		
2) Industrie culturali	149042		
- stampa, editoria	96264		
- videogiochi e software	33629		
- cinema, radio, tv	14449		
- musica	4700		
3) Patrimonio storico-artistico	1061	TOTALE SETTORE	
4) Performing arts e arti visive	12337		
TOTALE (numero imprese)	289111	124640	413751
TOTALE %	69,87%	30,13%	100%

Fonte: elaborazione propria su: [Io sono cultura 2017 - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi, Symbola. pp67-70](#)

All'interno del Core Cultura prevalgono le industrie culturali (stampa, editoria, cinema, musica, ecc) che rappresentano oltre la metà di quest'area economica.

A questo punto, dopo aver analizzato il dualismo territoriale degli utili e dell'occupazione del settore culturale, si può evidenziare la distribuzione territoriale (su base regionale) di queste imprese. Sarebbe logico aspettarsi una certa affinità tra la distribuzione degli utili, e quella dell'occupazione e del numero delle imprese. Come si evince dalla figura sottostante, oltre il 50% delle imprese del Core Cultura si trovano nel Nord Italia. La regione che ospita più imprese di questo settore è la Lombardia con 61.231 unità. La seconda regione è il Lazio e ciò appare abbastanza in linea con i dati precedentemente analizzati.

Si conferma solo in parte il dualismo territoriale sulla distribuzione delle imprese in quanto il Mezzogiorno ospita lo stesso numero di imprese del Centro Italia. Quindi con lo stesso numero di imprese Core Cultura, il Mezzogiorno genera meno valore aggiunto e offre meno occupazione rispetto al Centro Italia. Da ciò si può dedurre che le imprese del settore culturale nel Sud sono mediamente più piccole e producono meno rispetto alle altre aree del paese.

Tabella 2.7.

Imprese del Core Cultura per regioni e sottosettori										
Anno 2016 (valori assoluti)										
Regioni	INDUSTRIE CREATIVE			INDUSTRIE CULTURALI				performing arts e arti visive	patrimonio storico-artistico	TOTALE CORE CULTURALE
	architettura	comunicazione e branding	design	film, video, radio-tv	videogiochi e software	musica	libri e stampa			
Piemonte	5.234	2.917	2.011	672	2.756	272	6.492	750	47	21.151
Valle d'Aosta	194	51	42	17	63	8	205	30	2	612
Lombardia	14.240	10.563	5.079	2.332	8.106	1.220	17.149	2.378	165	61.231
Trentino Alto Adige	1.327	664	474	226	683	77	1.304	162	18	4.936
Veneto	6.735	2.958	2.310	651	2.850	288	6.617	645	56	23.110
Friuli Venezia Giulia	1.119	655	485	184	715	87	1.705	214	16	5.179
Liguria	2.108	932	351	309	753	96	2.807	333	23	7.713
Emilia Romagna	4.170	3.307	2.257	818	2.732	496	6.804	1.101	63	21.748
Toscana	4.860	2.440	1.466	743	2.031	318	6.531	815	86	19.288
Umbria	682	595	250	160	473	74	1.578	130	18	3.959
Marche	1.153	981	1.000	291	752	248	2.421	230	24	7.101
Lazio	7.963	7.216	1.375	4.736	4.619	646	12.822	1.856	135	41.368
Abruzzo	1.415	774	403	241	646	95	2.132	208	12	5.926
Molise	302	149	75	49	78	22	366	44	6	1.090
Campania	4.038	2.968	860	960	2.239	287	8.910	1.080	56	21.398
Puglia	2.365	2.034	669	663	1.259	168	5.603	703	62	13.527
Basilicata	423	255	63	112	186	21	787	94	15	1.955
Calabria	1.273	816	222	253	585	64	2.730	249	43	6.234
Sicilia	2.873	2.421	520	809	1.466	159	6.927	1.075	106	16.355
Sardegna	617	723	253	224	638	55	2.373	239	111	5.234
<i>Nord-Ovest</i>	<i>21.776</i>	<i>14.462</i>	<i>7.482</i>	<i>3.330</i>	<i>11.678</i>	<i>1.595</i>	<i>26.654</i>	<i>3.492</i>	<i>237</i>	<i>90.706</i>
<i>Nord-Est</i>	<i>13.351</i>	<i>7.583</i>	<i>5.526</i>	<i>1.878</i>	<i>6.981</i>	<i>948</i>	<i>16.429</i>	<i>2.123</i>	<i>152</i>	<i>54.972</i>
<i>Centro</i>	<i>14.658</i>	<i>11.232</i>	<i>4.090</i>	<i>5.930</i>	<i>7.875</i>	<i>1.285</i>	<i>23.352</i>	<i>3.031</i>	<i>263</i>	<i>71.716</i>
<i>Mezzogiorno</i>	<i>13.305</i>	<i>10.140</i>	<i>3.066</i>	<i>3.311</i>	<i>7.095</i>	<i>871</i>	<i>29.829</i>	<i>3.691</i>	<i>409</i>	<i>71.719</i>
ITALIA	63.090	43.417	20.164	14.449	33.629	4.700	96.264	12.337	1.061	289.112

Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola, 2017

Fonte: Io sono cultura 2017 - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi, Symbola. pag 72

Ogni regione poi ha delle peculiarità proprie. Per esempio, la maggior parte delle imprese culturali in Veneto operano nell'ambito dell'architettura mentre il Lazio è leader nazionale per quanto riguarda il numero di imprese che lavorano nel settore dei film, radio e tv.

Un'altra classificazione delle imprese è quella in base alla forma giuridica delle stesse. La maggior parte delle imprese culturali in Italia è di tipo individuale. Ciò è evidente nell'ambito della stampa e dell'editoria dove le imprese individuali sono oltre la metà del totale delle imprese. La forma giuridica di "società di capitali" è diffusa soprattutto nell'ambito delle società di comunicazione e quelle di software e videogiochi. Le società di persone non sono predominanti in nessuna delle aree economiche prese in considerazione nel presente studio.

Tabella 2.8

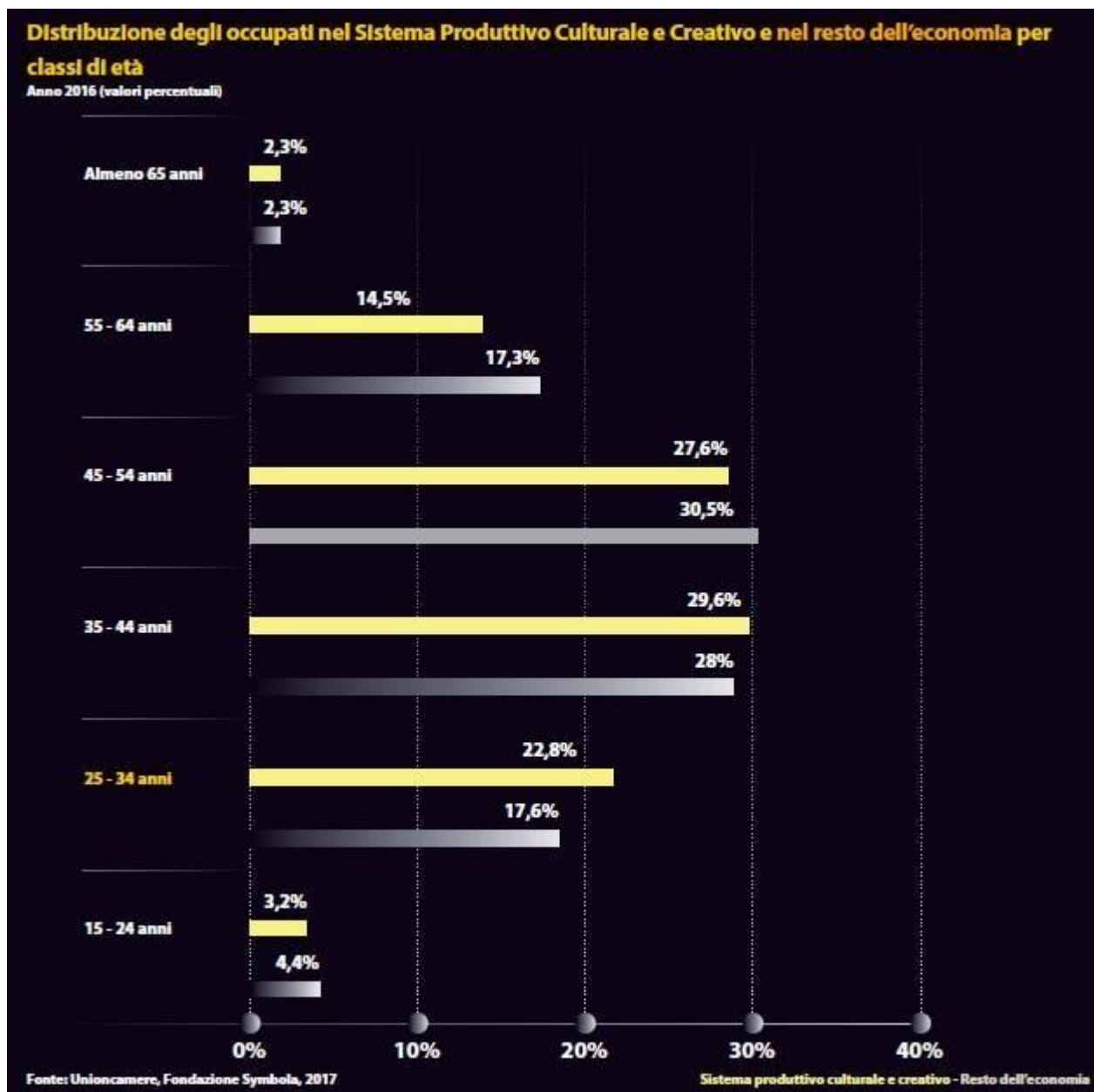
Distribuzione delle imprese del Core Cultura per forma giuridica e sottosectori						
Anno 2016 (valori assoluti e composizioni percentuali)						
	Società di capitale	Società di persone	Imprese individuali	Altro*	di cui: cooperative	TOTALE
	Valori assoluti					
Industrie creative	25.021	8.456	26.608	66.586	1.387	126.671
Architettura	790	237	548	61.515	30	63.090
Comunicazione e branding	18.374	4.907	15.301	4.836	1.152	43.417
Design	5.858	3.311	10.759	235	205	20.164
Industrie culturali	49.873	25.697	68.532	4.940	2.786	149.042
Cinema, radio, tv	7.760	1.829	3.731	1.129	419	14.449
Videogiochi e software	20.019	4.666	8.293	651	428	33.629
Musica	1.599	829	2.151	122	31	4.700
Stampa, editoria	20.495	18.373	54.357	3.039	1.908	96.264
Performing arts e arti visive	235	86	53	688	379	1.061
Patrimonio storico-artistico	3.934	1.459	3.280	3.663	1.220	12.337
TOTALE CORE CULTURA	79.063	35.698	98.474	75.878	5.772	289.112

Fonte: Io sono cultura 2017 - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi, Symbola. pag 79

Dal punto di vista delle professioni impegnate nel settore culturale e creativo emergono dei dati estremamente interessanti. Per prima cosa bisogna specificare che il lavoro autonomo in questo settore è più diffuso che negli altri settori. Esso rappresenta il 34,1% nel settore culturale e il 21,8% nel resto dell'economia, Ciò è in linea con l'elevata dinamicità del settore e la presenza massiccia di imprese individuali.

Attualmente c'è un grande problema con la disoccupazione giovanile in Italia. La disoccupazione spinge molti giovani preparati a lasciare il paese e cercare fortuna altrove e ciò toglie le migliori energie alla nostra società. La disoccupazione giovanile può pregiudicare il futuro dell'Italia perché i lavori precari e il demansionamento a cui sono spesso costretti a sottostare anche i laureati, rischiano di far perdere la fiducia dei giovani nello studio e di nuocere alla qualità e alle competenze della futura classe lavorativa che avrà sulle spalle un paese pesantemente indebitato, e dovrà assistere una popolazione sempre più anziana. Il Sistema Produttivo Culturale e Creativo dà un contributo molto importante alla causa giovanile. Se consideriamo la fascia di età tra i 25 e i 34 anni, che rappresenta i giovani neolaureati in cerca di lavoro, il settore culturale concede a loro uno spazio molto più ampio rispetto agli altri settori dell'economia. Mentre questi giovani rappresentano il 22,8% degli occupati della cultura, tale presenza scende a 17,6% nel resto dell'economia. Lo stesso discorso vale per la classe di età 35-44 anni. Qui non si parla più di neolaureati ma si trovano generalmente professionisti che si avviano al consolidamento della loro carriera lavorativa. La loro presenza è più alta nella cultura (29,6% degli occupati del settore) che negli altri ambiti economici (28% degli occupati del resto dell'economia).

Figura 2.14



Fonte: Io sono cultura 2017 - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi, Symbola. pag 83

Dunque il sistema culturale e creativo attira i giovani e questo è un dato estremamente positivo per le prospettive future di questo settore. Se si vuole fare della creatività e dell'innovazione i pilastri dello sviluppo economico nel prossimo futuro, non si può fare altro che investire sui giovani. Sembra che le imprese creative abbiano recepito il messaggio.

Le notizie positive non finiscono qui. Nonostante la popolazione italiana abbia un numero bassissimo di laureati rispetto ai paesi dell'OCSE, il settore culturale e creativo è in netta controtendenza rispetto a questo fenomeno. Gli occupati che hanno un'istruzione terziaria (laurea triennale, laurea specialistica, dottorato di ricerca) costituiscono, nell'anno 2016, il 40,9% degli occupati della cultura. Questo 40,9% è così composto:

- il 6,9% possiede la laurea triennale
- il 33% conseguito la laurea specialistica
- l'1% ha fatto un dottorato di ricerca

Dunque non solo laureati ma, per la maggior parte, laureati con la specialistica. Il dato è sorprendente soprattutto se paragonato con gli occupati che possiedono un'istruzione terziaria negli altri settori dell'economia. Solo il 20% dei lavoratori nel resto dell'economia hanno un titolo di laurea. La differenza è abissale, più che doppia. Lo stesso si può dire della tendenza di crescita dell'incidenza dei laureati che dal 2011 al 2016 sono cresciuti del 7,9% nel settore culturale e creativo e solo del 3% nel resto dell'economia. Ciò significa che le imprese culturali e creative hanno risposto alla crisi economica scommettendo sulle competenze e le conoscenze delle persone coinvolte nelle loro attività. Anche questo fatto costituisce una premessa positiva per il futuro perché con un tale patrimonio di studio e preparazione gli addetti alla cultura hanno tutte le potenzialità per garantire un'alta produttività e una crescita sostenibile al settore.

2.3. La riforma dei musei, l'art bonus e altre misure in favore della cultura

L'immenso e diffuso patrimonio artistico, culturale, archeologico e paesaggistico fanno dell'Italia uno dei paesi più belli e visitati al mondo. A volte però questo patrimonio viene visto come un problema piuttosto che un'opportunità. Spesso si dice che la cultura costa e in momenti di crisi le priorità devono essere altre. Di conseguenza, negli ultimi vent'anni, il Ministero dei beni e delle attività culturali non è stato considerato un dicastero di primo piano per i vari governi che si sono succeduti. Questo ministero ha quasi 16500 dipendenti che devono gestire una serie vastissima di compiti che vanno dai musei alla soprintendenza dei beni archeologici, dalle biblioteche agli archivi di stato, ecc. Oltre ai tagli di bilancio, uno dei problemi del ministero è l'elevata età media dei suoi dipendenti che nel 2014 era di 54,66 anni. Ciò rende difficile riorganizzare il dicastero e introdurre innovazioni tecnologiche e gestionali a causa delle forti resistenze interne.

Negli ultimi tempi si sta cercando di riformare il ministero attraverso il decreto legge n°66 del 2014 i cui punti cardine sono:

- integrare e avvicinare la promozione della cultura con quella del turismo
- semplificare la struttura organizzativa del ministero per ridurre le linee di comando ed evitare doppioni e sovrapposizioni che generano conflitti interni e ritardi
- migliorare le politiche di innovazione e formazione
- aumentare i fondi al dicastero della cultura e assumere giovani soprattutto per gli archivi di stato e le biblioteche
- riorganizzare e dare più autonomia ai musei italiani e creare delle reti museali regionali tra le strutture pubbliche e quelle private

Le premesse sembrano incoraggianti, soprattutto per quanto riguarda la riforma dei musei. Prima della riforma i musei pubblici erano considerati semplicemente degli uffici distaccati delle

sovrintendenze. I musei non avevano alcun tipo di autonomia giuridica, gestionale o finanziaria. Con la riforma si è concessa autonomia gestionale e finanziaria a 20 musei i quali hanno assunto la qualifica di "Ufficio dirigenziale" con la quale possono avere anche un proprio bilancio.

Tabella 2.9

La lista dei 20 musei pubblici con autonomia gestionale in Italia	
Musei e siti archeologici con direttore dirigente di Prima fascia	Colosseo ed area archeologica di Roma
	Pompei, Ercolano e Stabia
	Galleria degli Uffizzi
	Pinacoteca di Brera
	Reggia di Caserta
	Galleria dell'Accademia di Venezia
	Museo di Capodimonte
	Galleria Nazionale d'arte Moderna e Contemporanea di Roma
	Galleria Borghese
Musei con direttore generale di Seconda fascia	Museo Nazionale Romano
	Museo Archeologico Nazionale di Taranto
	Galleria dell'Accademia di Firenze
	Museo Archeologico Nazionale di Napoli
	Museo nazionale d'arte antica di Roma
	Museo Archeologica Nazionale di Reggio Calabria
	Galleria Estense di Modena
	Galleria Sabauda di Torino
	Palazzo Reale di Genova
	Museo Nazionale del Bargello
	Paestum

E' stata poi creata la Direzione generale dei musei con il compito di coordinare le Direzioni regionali, favorire la collaborazione tra le diverse strutture museali (sia pubbliche che private) e valorizzare e promuovere il settore.

Dopo anni di tagli sono stati assegnati 100 milioni di euro tra il 2016 e il 2019 per interventi di tutela del patrimonio storico e artistico. Inoltre è stato redatto un piano imponente di restauri (denominato "Turismo e Cultura") con una dotazione di 1 miliardo di euro attraverso il Fondo per lo sviluppo e la coesione sociale (FSC) 2014-2020.

Tabella 2.10

UN MILIARDO PER LA CULTURA DAL CIPE

Fondi CIPE stanziati per il sostegno alla cultura - Fondo per lo sviluppo e la coesione (FSC) 2014-2020

Città	Intervento	Fondi Stanziati
L'Aquila	Centro Storico	€ 30.000.000,00
Napoli	Museo Archeologico Nazionale	€ 20.000.000,00
Napoli	Museo di Capodimonte	€ 30.000.000,00
Caserta	Reggia e Piazza Carlo III	€ 40.000.000,00
Paestum	Museo e Area Archeologica	€ 20.000.000,00
Ercolano	Area Archeologica	€ 10.000.000,00
Pompei	Area Archeologica	€ 40.000.000,00
Ferrara	Museo Nazionale dell'ebraismo e della Shoha	€ 25.000.000,00
Bologna	Portico del Santuario di San Luca	€ 2.000.000,00
Bologna	Chiese del Centro Storico	€ 8.000.000,00
Trieste	Porto Vecchio	€ 50.000.000,00
Roma	Complesso Cerimant	€ 40.000.000,00
Roma	Galleria Nazionale di Arte Antica	€ 9.000.000,00
Roma	Galleria Nazionale di Arte Moderna	€ 15.000.000,00
Ventotene	Ex carcere borbonico di Santo Stefano	€ 70.000.000,00
Genova	Palazzo Reale	€ 6.000.000,00
Milano	Pinacoteca di Brera	€ 40.000.000,00
Mantova	Palazzo Ducale	€ 12.000.000,00
Alessandria	Cittadella	€ 25.000.000,00
Torino	Cavallerizza e Musei Reali	€ 15.000.000,00
Bari	Cittadella della Cultura	€ 5.000.000,00
Tremiti	Isola di San Nicola	€ 20.000.000,00
Firenze	Gallerie degli Uffizi	€ 40.000.000,00
Firenze	Auditorium	€ 60.000.000,00
Perugia	Galleria Nazionale dell'Umbria	€ 5.000.000,00
Venezia	Museo di Arte Orientale	€ 8.000.000,00
Napoli	Parco Archeologico dei Campi Flegrei	€ 25.000.000,00
Olbia	La Maddalena	€ 15.000.000,00
Genova	Waterfront	€ 15.000.000,00
Norcia, Subiaco, Assisi	Cammini Francescani e Benedettini e di S. Scolastica	€ 20.000.000,00
Roma, Brindisi	Appia - Regina Viarum	€ 20.000.000,00
Valle d'Aosta-Puglia	Via Francigena	€ 20.000.000,00
Ferrara, Modena, Reggio Emilia	Ducato Estense	€ 70.000.000,00
Fondo per interventi di interesse nazionale		€ 170.000.000,00
Totale		€ 1.000.000.000,00

Fonte: 12° Rapporto Federculture 2016, pag 377

Oltre a questi interventi è importante ricordare il "Grande Progetto di Pompei" in cui si sta facendo una grande opera di restauro e valorizzazione per rilanciare quel sito archeologico. Anche i mecenati stanno cominciando a dare il loro contributo per la protezione del patrimonio culturale. L'intervento più rilevante è stato quello della marca d'abbigliamento Tod's che ha finanziato il restauro integrale del Colosseo.

Il patrimonio culturale-artistico dell'Italia è talmente vasto e diffuso che i fondi pubblici non bastano. E' necessario che tutta la società civile sia sensibilizzata e dia un contributo in favore della cultura. Per coinvolgere le imprese private in quest'immane opera di conservazione, restauro e promozione, il governo ha emanato il D.L. 31/05/2014, n°83 che è stato convertito in Legge n°106 nel 29/07/2014 e che ha introdotto il cosiddetto "Art bonus".

L'Art bonus è un credito d'imposta estremamente favorevole che viene riconosciuto a coloro che effettuano delle erogazioni liberali per:

- manutenzione, protezione e restauro di beni culturali pubblici
- sostegno degli istituti e dei luoghi della cultura di appartenenza pubblica (es. musei, biblioteche, archivi, aree e parchi archeologici) dei teatri nazionali, dei festival e delle imprese (o centri) di produzione teatrale e di danza
- realizzazione di nuove strutture, restauro e potenziamento di quelle esistenti, di enti o istituzioni pubbliche che, senza scopo di lucro, svolgono esclusivamente attività nello spettacolo.

La misura agevolativa è stata estesa anche alle erogazioni in denaro effettuate per il restauro di beni culturali gestiti da concessionari o soggetti affidatari.

Il beneficio fiscale consiste in un credito d'imposta (detrazione fiscale) nella misura del 65% della donazione effettuata. In pratica se un soggetto dona 100 euro in favore del patrimonio culturale e artistico, può risparmiare 65 euro di imposte. Il soggetto dunque spende solo 35 euro (al netto del beneficio fiscale) fornendo però un contributo di 100 euro all'istituzione culturale che beneficia di questa somma.

I mecenati che possono fare queste donazioni (e quindi beneficiare dell'art bonus) possono essere:

- persone fisiche che non svolgono attività d'impresa (lavoratori dipendenti, pensionati, lavoratori autonomi, ecc.)
- enti che non svolgono attività d'impresa (enti non commerciali, società semplici)
- titolari di reddito d'impresa (imprenditori individuali, società ed enti che svolgono attività commerciali)

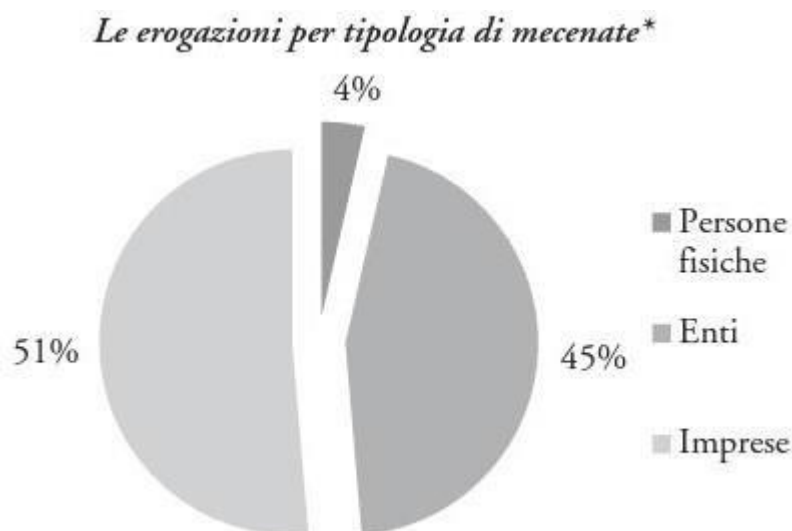
Il beneficio fiscale (art bonus) ha un limite fino al 15% del reddito imponibile dei soggetti che non svolgono attività d'impresa e fino al 5 per mille dei ricavi annui dei titolari di reddito d'impresa. Il credito d'imposta è usufruibile in 3 quote annue di pari importo. I lavoratori possono beneficiarne attraverso la dichiarazione dei redditi e a partire dall'anno in cui effettuano la donazione. Le imprese possono usufruire dell'art bonus nei bilanci annui a partire dall'anno successivo a quello della donazione.

Per facilitare e velocizzare le procedure e ridurre al minimo gli adempimenti amministrativi a carico dei mecenati è stato creato un sito web apposito: www.artbonus.gov.it

Il donatore deve conservare il bonifico (o mezzo di pagamento) e inserirlo nel suddetto sito web. Contestualmente gli enti beneficiari delle donazioni devono pubblicare mensilmente le donazioni ricevute e gli interventi che si stanno realizzando con questi soldi. Infine viene riconosciuto l'art bonus al mecenate che può beneficiarne a norma di legge oppure utilizzarlo in compensazione di eventuali obblighi fiscali con l'amministrazione finanziaria.

L'idea dell'art bonus ha avuto un successo straordinario fino a questo momento. Dal 2014 fino a luglio 2016 sono stati raccolti più di 100 milioni di euro attraverso le donazioni liberali.

Figura 2.15



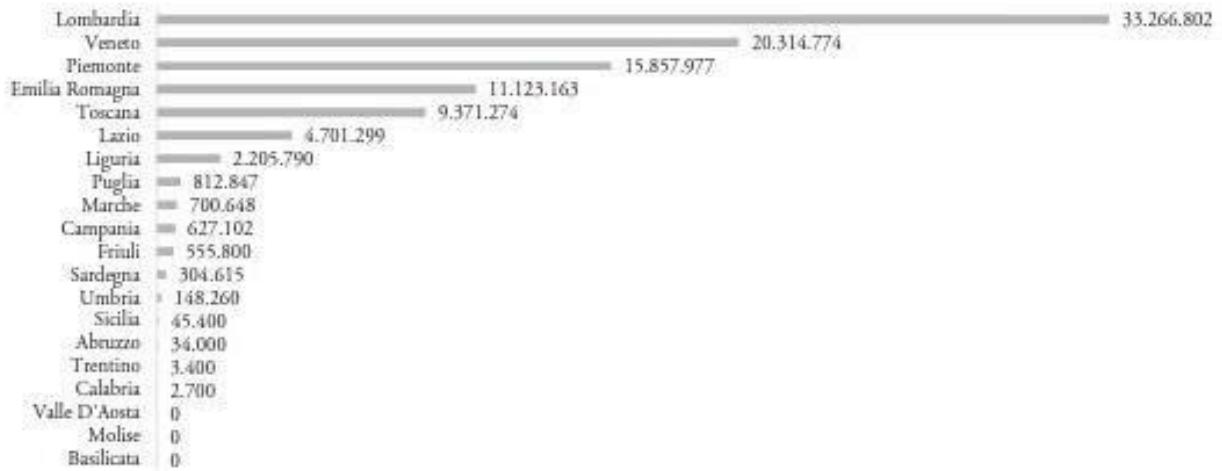
Fonte: 12° Rapporto Federculture 2016, pag 382

Il 51% delle erogazioni è stato effettuato dalle imprese. Il dato appare estremamente positivo perché ci fa capire che le imprese vogliono costruire un nuovo rapporto con il patrimonio culturale. Non solo sponsorizzazioni in cambio di un pò di visibilità, ma collaborazioni di medio-lungo termine in cui le istituzioni culturali non sono viste solo come qualcosa da finanziare ma sono dei partner con cui lavorare per costruire dei progetti innovativi e creativi dall'alto valore aggiunto.

La regione capofila nell'ambito del mecenatismo culturale è di gran lungo la Lombardia con più di 1/3 delle donazioni di tutta l'Italia. Anche in questo caso appare evidente il dualismo territoriale tra Nord e Sud, con un abisso che sembra essere ancor più accentuato del divario che esiste nello sviluppo del Sistema Culturale e Creativo nelle varie parti del paese.

Figura 2.16 Le erogazioni liberali dell'Art bonus (valori in euro)

*L'Art bonus per regione - Anno 2016**



* i dati sono aggiornati al 23/06/2016

Fonte: MIBACT

Fonte: 12° Rapporto Federculture 2016, pag 382

Sembra che alla base di tali differenze non ci siano solo motivazioni economiche. Un ruolo importante lo gioca anche la consapevolezza dell'importanza del settore culturale e l'approccio anche imprenditoriale con cui molte imprese del Nord si stanno avvicinando al nostro patrimonio storico e artistico.

In ogni caso sembra che la tendenza al declino e alla sottovalutazione della cultura si stia fermando e che stia nascendo una nuova consapevolezza sia nelle istituzioni pubbliche che in quelle private. Forse questa può essere l'occasione per il nostro paese di consolidare l'inversione di tendenza e rilanciare con forza e orgoglio la sua bellezza e la sua genialità.

3. IL NON PROFIT NELL'AMBITO DELLA CULTURA

3.1. Introduzione e classificazioni

Nel secondo capitolo si è parlato dell'importanza della cultura sia dal punto di vista identitario che da quello economico ed occupazionale. La cultura ha altresì un ruolo importante nella coesione sociale e può fare da volano per un maggior impegno della società civile per risolvere i problemi del paese. Insomma non basta lamentarsi, bisogna agire. La cultura non è solo un concetto filosofico ed intellettuale, in quanto cultura è anche sinonimo di cura del territorio, socializzazione, condivisione di valori e di esperienze, conoscenza diffusa e amore per il paese e la comunità.

Le caratteristiche sopra descritte sono perfettamente compatibili con i valori del non profit, perciò la cultura rappresenta un approdo naturale e privilegiato per le istituzioni senza scopo di lucro. Tali enti apportano un contributo determinante nell'ambito della cultura: organizzazione di spettacoli e mostre e le manifestazioni artistiche di vario tipo supportano le istituzioni pubbliche nella gestione e valorizzazione dei musei e del patrimonio storico, artistico e culturale del paese.

Nel 9° Censimento dell'industria, servizi e istituzioni non profit, la cultura è stata inserita nella macroarea definita: "*Cultura, sport e ricreazione*". Dunque la macroarea è composta da tre settori (cultura; sport; ricreazione), accomunati per sinergie reciproche e interdipendenza.

3.2. Rilevanza economica ed occupazionale

3.2.1. La macroarea Cultura, sport e ricreazione

Le istituzioni non profit operanti nella macroarea "Cultura, sport e ricreazione", nell'anno 2011, erano 195.841¹ unità e davano lavoro a 180.575² persone. Se si volesse fare un identikit dell'istituzione culturale "tipo", essa avrebbe le seguenti caratteristiche:

- piccole dimensioni
- quasi sempre con una sola sede operativa
- pochi lavoratori dipendenti
- essenziale la presenza dei volontari (molti più volontari che lavoratori dipendenti)
- modesta dotazione di fondi

¹ G.P. Barbetta, G. Ecchia, N. Zamaro, (2016), Le istituzioni non profit in Italia, Il mulino. pag 71

² IBIDEM. pag 72

A supporto di queste caratteristiche si evidenziano i seguenti dati relativi alle istituzioni non profit operanti nell'area "Cultura, sport e ricreazione":³

- rappresentano il 65% delle istituzioni dell'intero settore non profit
- danno lavoro al 19,1% dei lavoratori retribuiti dell'intero settore non profit
- si avvalgono del contributo del 59,5% dei volontari dell'intero settore non profit
- detengono il 15,6% delle entrate dell'intero settore non profit
- hanno delle spese che rappresentano il 17,1% delle spese dell'intero settore non profit

Appare evidente da questi dati che le istituzioni culturali rappresentano la maggioranza delle istituzioni senza scopo di lucro ma il numero di dipendenti su cui possono fare affidamento è spesso modesto. Infatti il numero medio di lavoratori retribuiti è 0,9 per ogni istituzione, a fronte di una media di lavoratori del settore non profit di 3,2 per ogni ente⁴.

Questo è anche legato al fatto che le istituzioni culturali hanno un volume di entrate annue molto modesto. In media questi enti incassano circa 51.000 euro all'anno, mentre la media degli incassi delle istituzioni non profit nella loro totalità supera i 212.000 euro⁵.

Il contributo dei volontari risulta pertanto di fondamentale importanza per l'esistenza stessa degli enti dell'area "Cultura, sport ricreazione". Per fortuna sono più di 2 milioni e 800 mila i volontari impegnati nell'ambito della cultura. In altre parole un ente culturale ha in media 0,9 lavoratori retribuiti e 14,5 volontari. Ciò significa che un'istituzione culturale deve, più di qualsiasi altra istituzione non profit, puntare sulla sensibilizzazione della società civile e il coinvolgimento di quel capitale umano fatto di condivisione, partecipazione e consapevolezza che rappresenta il pilastro fondamentale della cultura.

Per quanto riguarda le entrate economiche, le istituzioni dell'area "Cultura, sport e ricreazione" hanno avuto nel 2011 delle entrate pari a quasi 10 miliardi di euro e hanno avuto uscite per circa 9,8 miliardi di euro. Ciò dimostra che, nonostante la crisi economica, il settore ha retto ed è complessivamente in equilibrio economico.

Dopo aver fatto la fotografia della situazione nel 2011 appare opportuno analizzare l'andamento della "Cultura sport e ricreazione" nel periodo 2001-2011, che corrisponde ai due censimenti più importanti, fatti dall'Istat, sul settore non profit. Come si è visto nel primo capitolo la maggior parte della crescita, sia demografica che occupazionale, nel settore non profit è imputabile al miglioramento delle tecniche di rilevamento apportate nel censimento del 2011. A fronte di una crescita teorica del 28% del numero delle istituzioni senza scopo di lucro, l'aumento reale è stato dell'8,6%. Il resto (19,8%) è imputabile al perfezionamento delle modalità di rilevamento che hanno fatto emergere enti già esistenti ma non rilevati nel primo censimento (2001) per problemi statistici. Guardiamo ora l'area delle istituzioni culturali.

³ G.P. Barbetta, G. Ecchia, N. Zamaro, (2016), Le istituzioni non profit in Italia, Il mulino. pag 36, 37

^{4, 5} IBIDEM. pag 42, 43

Tabella 3.1. Tasso % di crescita della istituzioni non profit, per settore (2001-2011)

	Crescita totale nel periodo 2001-2011	Saldo migratorio settoriale	Saldo naturale delle istituzioni nate e cessate	Istituzioni emerse
Cultura, sport e ricreazione	11,9% ⁼	-6,8% ⁺	3,3% ⁺	15,4%
Totale settore non profit	28,0% ⁼	0,0% ⁺	8,6% ⁺	19,4%

Fonte: estratto da: G.P. Barbetta, G. Ecchia, N. Zamaro, (2016), *Le istituzioni non profit in Italia, Il mulino*. pag 69

Come si evince dalla Tabella 3.1, il saldo naturale delle istituzioni culturali e sportive (cioè la differenza tra le istituzioni nate e quelle cessate) nel periodo 2001-2011 è leggermente positivo: +3,3%. Va detto che il turnover del settore non profit è estremamente elevato (spesso superiore al 100%). C'è poi il fenomeno della "migrazione settoriale" delle istituzioni non profit. Ciò è dovuto al fatto che alcuni enti hanno cambiato settore di attività nel corso della loro esistenza (per esempio un ente può passare dalla Sanità all'Assistenza sociale o viceversa). Nel caso dell'area "Cultura, sport e ricreazione" il saldo migratorio è negativo e ciò significa che le istituzioni che sono uscite da quest'area per migrare in altri contesti sono di più rispetto a quelle che sono entrate nell'ambito culturale. Complessivamente la crescita teorica del numero delle istituzioni culturali è stata dell'11,9%. Ma questa crescita è fittizia perché ingloba anche le istituzioni emerse grazie al miglioramento delle tecniche statistiche. La crescita reale invece (al netto delle istituzioni emerse di recente ma già esistenti anche in precedenza) risulta negativa: -3,5%. Ciò significa che il numero delle istituzioni culturali, nel decennio 2001-2011, si è ridotto se non si considerano le istituzioni "emerse".

Oltre al numero delle istituzioni c'è un'altro indicatore importante da analizzare: il numero degli occupati in questi enti senza scopo di lucro.

Tabella 3.2. Componenti della crescita occupazionale, per settore, 2001-2011 (valori percentuali)

	Crescita totale del personale nel periodo 2001-2011	Crescita interna delle istituzioni sempre attive	Saldo migratorio settoriale	Saldo naturale dell'occupazione delle istituzioni nate e cessate	Istituzioni emerse
Cultura, sport e ricreazione	65,0% ⁼	30,9% ⁺	-15,6% ⁺	27,8% ⁺	21,8%
Totale settore non profit	61,5% ⁼	31,3% ⁺	0,0% ⁺	11,6% ⁺	18,6%

Fonte: ripreso da: G.P. Barbetta, G. Ecchia, N. Zamaro, (2016), *Le istituzioni non profit in Italia, Il mulino*. pag 71

Come evidenzia la Tabella 3.2 la crescita occupazionale teorica dell'area "Cultura, sport e occupazione" è superiore rispetto al settore non profit nel suo insieme e ammonta a +65,0%. Se decurtiamo da questo dato la crescita imputabile al perfezionamento delle tecniche di rilevamento, si arriva ad un incremento reale dell'occupazione del 43,2%. La componente più rilevante di questa crescita è stato l'incremento degli occupati delle istituzioni già esistenti sia nel censimento del 2001 che in quello del 2011, definita "crescita interna". Tale consolidamento degli enti "storici" ha portato ad una crescita dei lavoratori retribuiti di 33.810 unità. Il secondo componente più importante dell'indicatore occupazionale è il "saldo naturale" cioè la differenza tra i nuovi occupati apportati dalle istituzioni di nuova costituzione e coloro che hanno perso il lavoro a causa della cessazione dell'attività degli enti in cui lavoravano. Il saldo naturale è estremamente positivo e ammonta a +27,8%. Questo dato è ancora più incoraggiante se si tiene conto del fatto che il saldo naturale del numero delle istituzioni non profit è stato solo del +3,3%. Ciò significa che i nuovi enti nati nel periodo 2001-2011 sono stati mediamente più grandi, in termini occupazionali, degli enti cessati. L'unico dato negativo è il "saldo migratorio" (-15,6%), il che indica che il numero di lavoratori che hanno lasciato l'area culturale per andare in altri ambiti del settore non profit è stato maggiore dei lavoratori che sono entrati in quest'ambito.

E' ora giunto il momento di separare i tre componenti di cui è costituita la macroarea "Cultura, sport e ricreazione" e analizzare ognuno di essi individualmente.

Tabella 3.3. Dimensioni medie e numero delle istituzioni non profit per settore di attività (anno 2011).

Settori di attività (ICNPO)	N° medi di lavoratori retribuiti	N° medio di volontari	Valore medio delle entrate (000 euro)	Valore medio delle uscite (000 euro)	N° istituzioni
Cultura, sport e ricreazione	0,9	14,5	51,08	51,1	195.279
- attività artistiche e culturali	1,2	15,2	58,97	58,25	53.893
- attività sportive	1	11,3	52,4	51,01	92.649
- attività ricreative e di socializzazione	0,6	19,6	39,83	39,33	48.737

Fonte: composizione propria con dati presi da: G.P. Barbetta, G. Ecchia, N. Zamaro, (2016), *Le istituzioni non profit in Italia*, Il mulino. pag 42, 162

3.2.2. Cultura

Dal censimento del 2011 risulta che ci sono circa 54 mila⁶ istituzioni non profit che si possono definire "Culturali e artistiche". Esse rappresentano il 18%⁷ di tutte le istituzioni senza scopo di lucro e incassano circa il 5%⁸ delle entrate del settore non profit. Questi enti sono generalmente di dimensioni medio-piccole, sia dal punto di vista finanziario (quasi 59 mila euro di entrate medie annue per ente) che da quello occupazionale (hanno in media 1,2 lavoratori per ente). Oltre il 75%⁹ di queste istituzioni hanno uno scopo di utilità sociale e solo una minima parte (meno del 25%¹⁰) sono di orientamento mutualistico (in cui sono privilegiati i servizi in favore dei soci e non quelli della comunità intera).

Gli enti culturali si finanziano prevalentemente attraverso contributi associativi (37% delle entrate¹¹), sussidi e convenzioni con la pubblica amministrazione (21,9% delle entrate¹²) e vendita di beni e servizi sul mercato (19% delle entrate¹³).

L'area culturale del settore non profit ha subito gli effetti della crisi economica più pesantemente del resto delle istituzioni senza scopo di lucro. Mentre le entrate generali del settore non profit sono cresciute del 31%, passando dai 48,8 miliardi di euro del 2001 ai 69,9 miliardi di euro del 2011, quelle dell'area Culturale e artistica sono scesi del 19,7% (passando dai 3,9 miliardi di euro del 2001 ai quasi 3,2 miliardi del 2011). Di conseguenza è sceso anche il numero di lavoratori dipendenti del 12,3%. Le istituzioni senza scopo di lucro hanno risposto al proprio ridimensionamento economico operando un taglio del 16% sulla spesa complessiva e appoggiandosi ancora di più sul contributo dei volontari e dei lavoratori esterni a progetto. Il numero dei volontari è infatti cresciuto del 71,1%, fino ad arrivare a 822 mila individui che operavano nelle attività culturali e artistiche nel 2011.

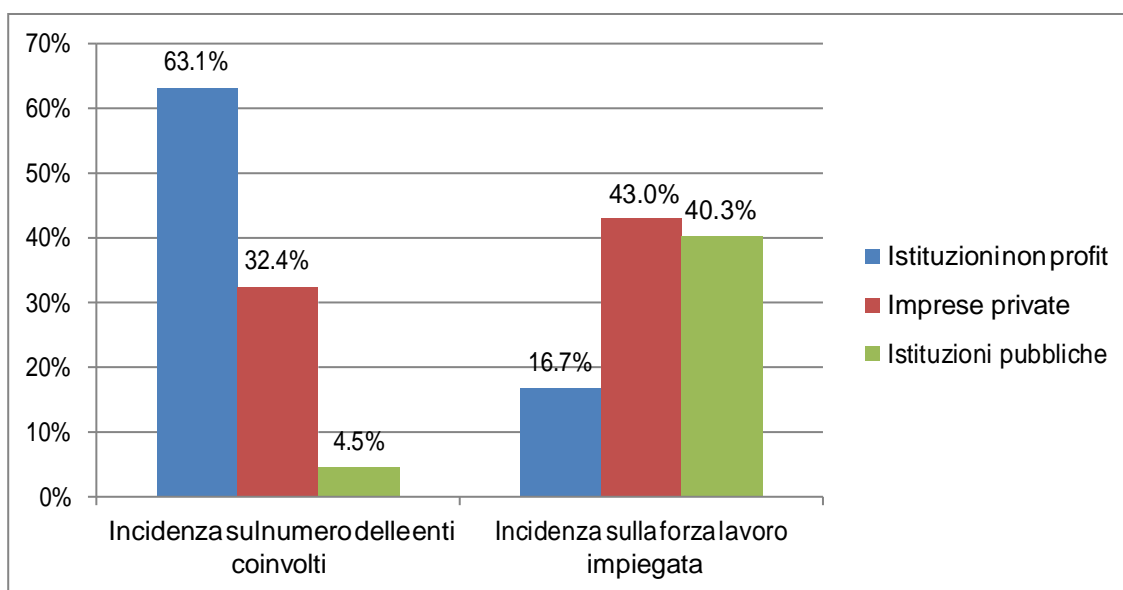
Nel primo censimento del 2001 la maggior parte degli enti che operavano nell'arte e nella cultura erano imprese private di mercato mentre nel secondo censimento del 2011 la situazione si è ribaltata in quanto il 63,1% delle entità coinvolte in questo settore sono istituzioni no profit. Le relazioni tra le entità private di mercato e quelle non profit sono sia di competizione che di cooperazione. Negli ultimi anni si evidenzia una tendenza di molte imprese private all'esternalizzazione di una parte del loro processo commerciale appoggiandosi agli enti non profit per utilizzare la maggiore flessibilità e le relazioni fiduciarie con il pubblico che molte associazioni riescono a costruire.

6, 7, 8 G.P. Barbetta, G. Ecchia, N. Zamaro, (2016), Le istituzioni non profit in Italia, Il mulino. pag 174

9, 10, IBIDEM. pag 162

11, 12, 13 G.P. Barbetta, G. Ecchia, N. Zamaro, (2016), Le istituzioni non profit in Italia, Il mulino. pag 162

Figura 3.1. Incidenza delle entità pubbliche, private e non profit sulle attività culturali e artistiche (2011).



Fonte: elaborazione propria su dati: G.P. Barbetta, G. Ecchia, N. Zamaro, (2016), *Le istituzioni non profit in Italia, Il mulino*, pag 175, 176

Nonostante il fatto che le istituzioni non profit siano tante, esse hanno generalmente dimensioni piuttosto modeste e da ciò ne consegue che solo una minima parte dei lavoratori impiegati nell'arte e nella cultura sono collocati presso tali enti. La parte del leone la fanno le imprese private (con il 43% dei lavoratori del settore) e le istituzioni pubbliche (40,3% dei lavoratori). Le pubbliche amministrazioni hanno un'importante ruolo nella cultura anche dal punto di vista economico perché assegnano importanti sussidi, concludono accordi in convenzione con gli enti non profit e promuovono la cooperazione pubblico-privato.

Vista l'importanza che hanno i legami con il territorio e con la società civile per il settore non profit in generale e per l'area "Cultura, sport e ricreazione" in particolare, è stato costruito un indice di radicamento territoriale definito: Indice ONP/IS¹⁴. Tale indice è stato ottenuto come media semplice di quattro fattori:

- numero delle istituzioni
- volontari
- dipendenti
- soci

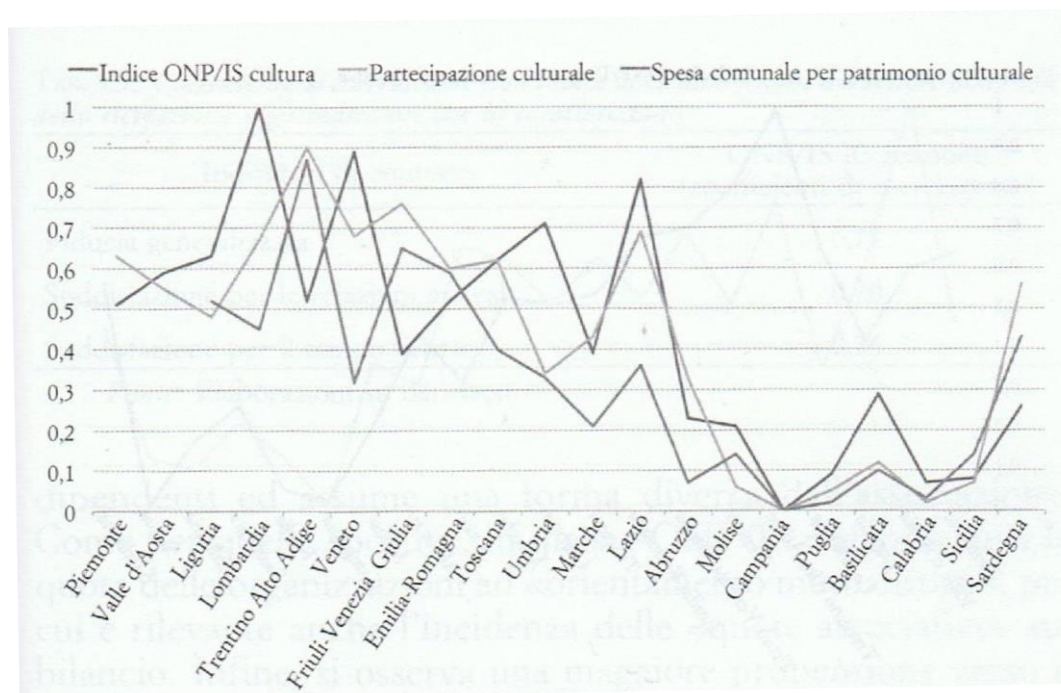
Si ha così un indice per ciascuno dei settori di cui è composta la macroarea della cultura (cultura; sport; ricreazione): Indice ONP/IS cultura; Indice ONP/IS sport; Indice ONP/IS ricreazione. Infine questi indicatori vengono confrontati con altri indicatori specifici per ogni ambito per determinare il grado di correlazione e il radicamento territoriale delle istituzioni non profit.

Se si analizza l'area culturale, l'indice "ONP/IS cultura" viene confrontato con altri due indicatori:

- Partecipazione culturale: persone di 6 anni e più che nell'ultimo anno hanno svolto almeno 3 attività culturali (frequentare cinema, musei, teatri; leggere libri, ecc).

- Spesa comunale per la gestione del patrimonio culturale.

Figura 3.2. Indice del settore non profit della cultura e indicatori di contesto per regione (anno 2011).



Fonte: .P. Barbetta, G. Ecchia, N. Zamaro, (2016), *Le istituzioni non profit in Italia, Il mulino*. pag 163

Dall'andamento degli indicatori in Figura 3.2 si evidenzia una significativa correlazione tra la presenza sul territorio delle istituzioni non profit culturali, la partecipazione nelle attività culturali della popolazione e la spesa per attività culturali effettuate dai comuni. Tendenzialmente, laddove la partecipazione e la sensibilizzazione dei cittadini è più alta (regioni del Nord Italia) anche la presenza delle istituzioni non profit è più forte. Ciò rafforza il concetto di embeddedness del settore non profit precedentemente illustrato.

3.2.3. Sport

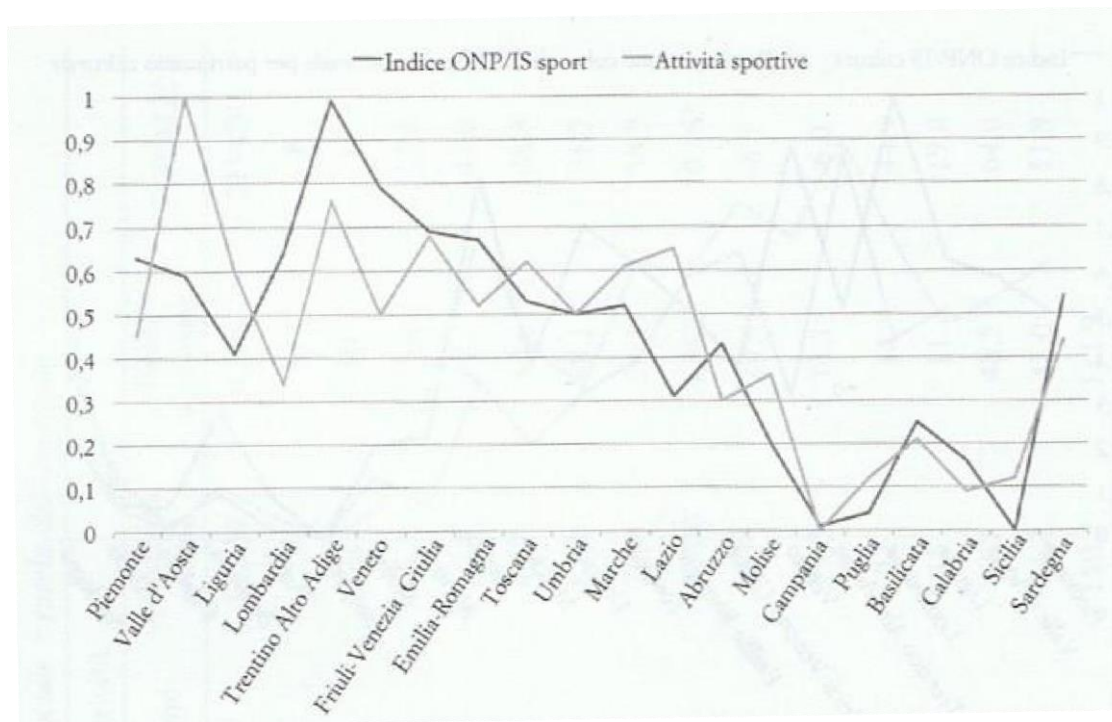
Le istituzioni non profit dello sport sono numerosissime e diffuse in tutto il paese: nel 2011 se ne contavano più di 92 mila¹⁵ sul territorio nazionale. Esse sono generalmente di piccole dimensioni, sia dal punto di vista economico (entrate medie annue di 52,4 mila euro¹⁶) che da quello occupazionale (in media 1 lavoratore retribuito per ogni ente). In compenso queste istituzioni ricevono un forte sostegno dal volontariato potendo ognuna di esse contare, in media, su 11,3 volontari¹⁷. Tali istituzioni perseguono uno scopo prevalentemente mutualistico (nel 61,7% dei casi¹⁸), in controtendenza rispetto alla totalità de settore non profit che ha prevalentemente scopi di utilità sociale che favoriscono la società intera e non i componenti interni dell'ente.

^{15, 16, 17} G.P. Barbetta, G. Ecchia, N. Zamaro, (2016), *Le istituzioni non profit in Italia, Il mulino*. pag 42

¹⁸ IBIDEM. pag 162

Gli enti sportivi, operando principalmente in favore dei soci interni, hanno come fonte principale delle entrate economiche le contribuzioni dei soci stessi che costituiscono il 56% del totale degli incassi. Anche la presenza degli enti non profit sportivi è intimamente correlata dalle abitudini di svolgimento di attività sportive della popolazione.

Figura 3.3. Indice del settore non profit dello sport ed indicatori di contesto per regione (anno 2011)



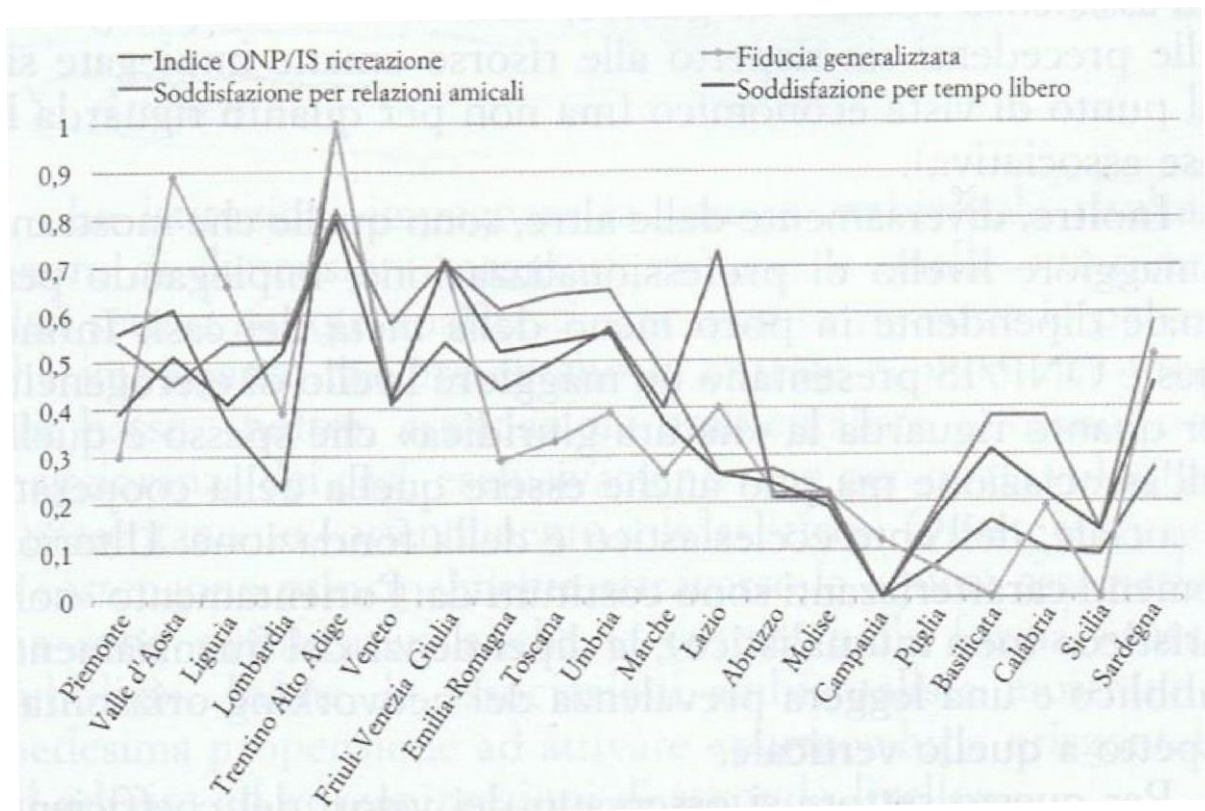
Fonte: P. Barbetta, G. Ecchia, N. Zamaro, (2016), *Le istituzioni non profit in Italia, Il mulino*, pag 164

Nella Figura 3.3 si nota che nelle regioni del Nord Italia le attività sportive, e di conseguenza anche le associazioni sportive, sono più diffuse rispetto al Centro e al Sud del paese.

3.2.4. Ricreazione

Le istituzioni non profit della "Ricreazione e socializzazione" sono oltre 48 mila. Hanno dimensioni molto ridotte sia dal punto di vista occupazionale (media di 0,6 lavoratori retribuiti per ente) che economico (entrate medie di 39,83 mila euro per ente). Le quote associative costituiscono la voce principale delle entrate di bilancio (42% delle entrate). Il radicamento territoriale di queste istituzioni è legato alla diffusione di valori di solidarietà e fiducia reciproca nelle popolazioni delle Regioni italiane.

Figura 3.4. Indice del settore non profit della ricreazione e socializzazione ed indicatori di contesto per Regione (anno 2011)



Fonte: P. Barbeta, G. Ecchia, N. Zamaro, (2016), Le istituzioni non profit in Italia, Il mulino. pag 165

4.IL CASO DIPORDENONELEGGE

Con il termine "pordenonelegge" si possono intendere due cose, la "*Fondazione pordenonelegge.it*" oppure l'attività principale svolta da questa Fondazione che è una *kermesse* denominata "*Pordenonelegge - La festa del libro con gli autori*".

4.1. La Fondazione pordenonelegge.it

Dopo aver analizzato il terzo settore nella sua globalità, è utile a questo punto focalizzarsi ed analizzare un caso concreto per evidenziare l'applicazione dei principi fin'ora esposti su una realtà locale.

La "Fonadazione pordenonelegge.it" è un ente culturale senza scopo di lucro. La fondazione venne costituita nel 2013 e ha sede a Pordenone, in Corso Vittorio Emanuele II, n°47.

" La Fondazione non ha scopo di lucro e si impegna a promuovere la cultura, quale fattore di sviluppo sociale ed economico, con azioni specifiche attente anche a valorizzare il territorio della provincia di Pordenone e, in modo più ampio, quello regionale, e non può distribuire utili. La Fondazione persegue esclusivamente finalità di promozione e valorizzazione della cultura e dell'arte, con particolare riferimento al libro e alla letteratura, del territorio, provinciale e regionale, e del suo ambiente, storia e tradizioni, nonché finalità di solidarietà sociale¹".

La nascita della Fondazione è stata promossa dalla Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Pordenone (CCIAA). Gli altri soci promotori sono:

- Unione degli Industriali della Provincia di Pordenone
- Unione degli Artigiani e delle Piccole e Medie Imprese della Provincia di Pordenone
- Associazione del Commercio, Turismo, Servizi, Piccole-Medie Imprese e Professioni della Provincia di Pordenone
- Cooperative - Unione delle Cooperative Friulane di Pordenone
- Coldiretti di Pordenone

La Fondazione si costituì con un capitale iniziale di funzionamento di 70.000 euro e i suoi organi sono:

- il Consiglio di Amministrazione
- il Presidente e il Vicepresidente
- il Comitato di Coordinamento Strategico
- il Collegio dei Revisori dei conti
- il Comitato Artistico Organizzativo
- l'Assemblea dei partecipanti

Consiglio di Amministrazione.

Il Consiglio di Amministrazione è composto da un numero variabile di membri che va da tre a nove. I membri del Consiglio vengono nominati dai soci Promotori e hanno una durata di quattro anni. Tra i compiti principali del Consiglio figurano: nomina del Presidente, approvazione del budget preventivo e del bilancio consuntivo, definizione delle linee guida dell'attività della Fondazione, creazione del Comitato di Coordinamento Strategico e del Comitato Artistico Organizzativo, nomina del Direttore Amministrativo, modifica dello statuto, ecc. I membri del Consiglio svolgono la propria attività a titolo onorifico e gratuito.

Il Presidente.

Il Presidente viene eletto dal Consiglio di Amministrazione e scelto tra i membri del Consiglio stesso. Ha la rappresentanza legale della Fondazione e vigila sull'andamento generale dell'organizzazione. Può esercitare i poteri che gli vengono delegati dal Consiglio di Amministrazione.

Il Comitato di Coordinamento Strategico.

Il Comitato ha funzioni consultive e di supporto al Consiglio di Amministrazione. I membri del Comitato vengono scelti dal Consiglio di Amministrazione su indicazione della Regione Friuli Venezia Giulia, del Comune di Pordenone, della Fondazione CRUP e della Banca Popolare Friuladria s.p.a.

Il Collegio dei revisori dei Conti.

I revisori dei conti vengono scelti dai soci Promotori e vigilano sulla corretta gestione economica e finanziaria della Fondazione. Essi devono esprimersi davanti al Consiglio di Amministrazione attraverso una relazione sul bilancio. La carica di revisore non è compatibile con qualsiasi altra carica all'interno della Fondazione.

Il Comitato Artistico Organizzativo.

Questo comitato ha funzioni consultive in materie tecniche e organizzative. E' composto da una persona che viene scelta dal Consiglio di Amministrazione.

Il Direttore.

Il Direttore viene scelto dal Consiglio di Amministrazione e ha il compito di mettere in atto le decisioni prese dal Consiglio stesso. Deve garantire il corretto andamento delle attività operative e deve gestire la raccolta fondi e la loro allocazione in linea con le direttive del Consiglio.

La Fondazione persegue i propri scopi attraverso diverse attività culturali come festival, mostre, percorsi di approfondimento, di conoscenza e promozione del territorio.

¹ Articolo 1, Statuto della fondazione

4.2. La festa del libro con gli autori e il suo impatto sul territorio

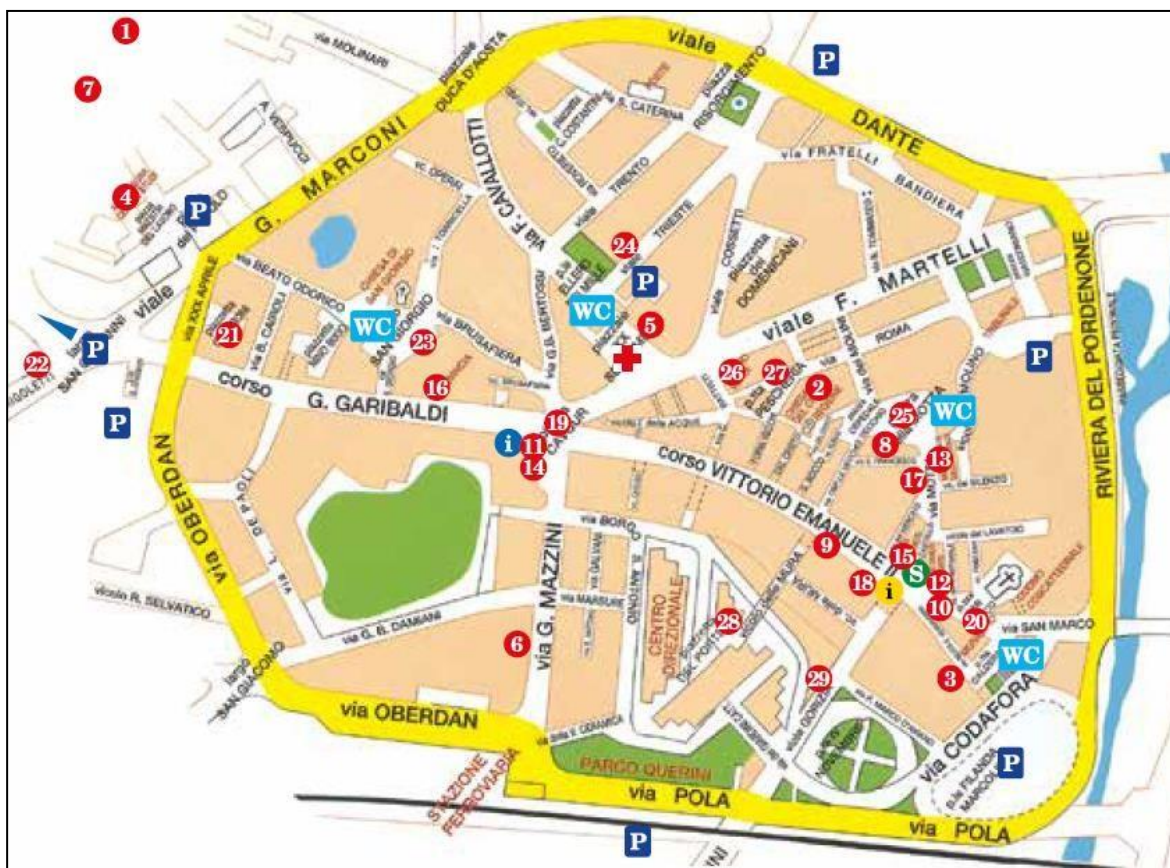
La manifestazione pordenonelegge, organizzata dalla Fondazione pordenonelegge.it è nata nel 2000 grazie ad un'idea di Augusto Antonucci, l'allora Presidente della Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Pordenone. L'idea è molto semplice: un libro, un autore.

In pratica vengono invitati molti scrittori, giornalisti o intellettuali che hanno pubblicato di recente un libro. Questi invitati parlano alla platea del tema principale di cui tratta il libro. Il nome stesso del festival è indissolubilmente legato alla città che lo ospita perché il suo significato è: "alla città di Pordenone piace leggere". Attualmente il festival si sviluppa in cinque giornate collocate nella seconda metà di Settembre. In questi giorni la città è tappezzata a festa, le strade sono abbellite con i colori del festival e i negozi espongono in vetrina i simboli della manifestazione per accogliere al meglio i partecipanti. L'attività coinvolge tutto il centro storico della città (e non solo) perché vengono organizzati centinaia di incontri in edifici storici come il Palazzo Badini, in tensostrutture situate nelle varie piazze, al teatro Verdi, nel Palazzo della Provincia e anche all'interno della Biblioteca Civica.

I festival culturali di questo tipo, organizzate in piccole città, stanno avendo un crescente successo e si stanno diffondendo come dimostrano i casi del *Festival della Mente*, del *Festival della letteratura di Mantova*, del *Festival dell'economia a Trento*, ecc.

Pertanto risulta importante misurare ed analizzare l'impatto economico, sociale e culturale che queste manifestazioni generano. Una grande concentrazione di visitatori può rivitalizzare la città e promuovere la sua immagine. Ci possono essere benefici economici per commercianti e imprese locali e una maggiore socializzazione delle persone. Ma c'è anche l'altra faccia della medaglia. Una grande manifestazione può creare problemi con la circolazione stradale e con il traffico, può generare sovraffollamento e spese eccessive delle amministrazioni locali.

Figura 4.1 I luoghi degli incontri di Pordenonelegge (mappa della città di Pordenone)



- 1. Auditorium Concordia**
Via Concordia Sagittaria, 17
- 2. Auditorium della Regione**
Via Roma, 2
- 3. Auditorium Istituto Vendramini**
Via Beata E. Vendramini, 2
- 4. Sala Grande Cinemazero**
Piazza Maestri del Lavoro, 3
- 5. Biblioteca Civica**
Piazza XX Settembre, 2
- 6. Capitol**
Via Mazzini, 60
- 7. Centro Culturale Casa A. Zanussi**
Via Concordia Sagittaria, 7
- 8. Convento di San Francesco**
Piazza della Motta, 2
- 9. La Libreria della Poesia Palazzo Gregoris**
Corso V. Emanuele II, 44

- 10. Loggia del Municipio**
Corso V. Emanuele II
- 11. Mediateca Cinemazero**
Via Mazzini, 2
- 12. Museo Civico d'Arte**
Corso V. Emanuele II, 65
- 13. Museo Civico di Storia Naturale**
Via della Motta, 8
- 14. Palazzo della Badini**
Via Mazzini, 2
- 15. Palazzo della CCIAA**
Corso V. Emanuele II, 47
- 16. Palazzo della Provincia**
Corso G. Garibaldi, 8
- 17. Palazzo Klefisch**
Via della Motta, 13
- 18. Palazzo Montereale Mantica**
Corso V. Emanuele II, 56
- 19. Piazza Cavour**
- 20. Piazza San Marco**
- 21. Piazzetta Ottoboni**

- 22. Punto Ascotrade**
Viale Grigoletti, 2
- 23. Spazio Ascotrade**
Largo San Giorgio
- 24. Spazio BCC Fvg**
Viale Trieste, 16
- 25. Spazio ItasIncontra**
Piazza della Motta
- 26. Teatro Verdi**
Viale Martelli, 1
- 27. Teatro Verdi Ridotto**
Via Roma, 2
- 28. Unione Industriali**
Piazzata del Portello, 2
- 29. Urban Green**
Via Gorizia

4.2.1. Impatto economico

Negli ultimi anni le amministrazioni pubbliche stanno ponendo un'attenzione sempre maggiore sull'impiego delle risorse economiche in un contesto di difficoltà finanziarie. Si è pertanto sviluppato un intero filone di studi sull'impatto economico che generano le grandi manifestazioni. Gli eventi culturali hanno una particolarità che spesso li distingue dagli altri eventi. In questo ambito l'aspetto economico viene spesso trascurato e tali eventi vengono percepiti come poco remunerativi se non, addirittura, una perdita netta di denaro.

Appare evidente che lo scopo principale di un evento culturale non è quello di generare introiti ma è quello di diffondere la cultura, la conoscenza e la storia di un territorio e di una comunità. Ma le due cose non sono per forza in contrapposizione. Se non si dà la giusta importanza agli aspetti economici e gestionali di questi eventi, c'è il rischio che una manifestazione, seppur ottima dal punto di vista culturale, diventi insostenibile dal punto di vista economico. Molto spesso accade però il contrario, cioè gli eventi culturali generano guadagni anche molto consistenti con moltiplicatori economici altissimi. In questi casi, avere uno studio professionale dell'impatto può costituire un formidabile strumento di promozione dell'evento.

Per avere un'idea delle dimensioni del festival è sufficiente ricordare che nell'edizione del 2014 sono state registrate oltre 130.000 presenze, sono stati invitati 363 autori e 500 ospiti che hanno partecipato a 250 eventi organizzate in 30 location diverse nel centro storico di Pordenone. Una tale concentrazione di persone e attività in una piccola città può avere un impatto non indifferente sulla vita della comunità locale.

A seguito delle considerazioni sopraesposte l'edizione 2014 del festival pordenonelegge è stata sottoposta ad uno studio di impatto economico da parte del professor G. Guerzoni dell'Università Bocconi di Milano. Sono state analizzate le variabili economiche e la composizione del tessuto imprenditoriale della provincia di Pordenone e sono stati raccolti 1025 questionari per capire il profilo e le abitudini di spesa dei visitatori. L'impatto economico di una manifestazione ha tre componenti:

- effetto diretto: è l'impatto derivante dalle spese sostenute dagli organizzatori del festival e dei partecipanti. La Fondazione pordenonelegge.it ha acquistato beni e servizi nel territorio provinciale e questo ha incrementato il volume d'affari delle imprese locali che hanno fornito tali disponibilità. Lo stesso vale per i partecipanti che hanno soggiornato in alberghi e frequentato bar e ristoranti, incrementando così il volume d'affari di questi esercizi commerciali.
- effetto indiretto: riguarda i maggiori acquisti che molti esercizi commerciali hanno fatto per rispondere alla maggiore domanda di beni e servizi generata dai partecipanti al festival. Per fare un esempio, se un albergo ha più clienti nei giorni del festival perché una parte dei partecipanti soggiorna in albergo, esso dovrà acquistare più cibo per fornire la colazione e più detersivi per lavare le lenzuola, e tutto ciò andrà a vantaggio dei fornitori dell'albergo che venderanno di più.

- effetto indotto: questo è il caso del dipendente del bar o del ristorante che lavora di più, facendo anche qualche ora di straordinario per sostenere il maggior flusso di clienti nei giorni della manifestazione. Con tale maggior reddito il dipendente avrà la possibilità di spendere di più e ciò andrà a vantaggio dell'economia locale.

Per cominciare si deve analizzare quanto costa l'organizzazione del festival. Nel 2014 il festival è costato 868.612 euro.

Figura 4.2 Le spese dell'organizzazione sostenute dal Festival

	Area PN		Area FVG		Fuori Regione		Lordi tot.
Attività artistica	€ 107.625	56,5%	€ 0	0%	€ 82.775	43,5%	€ 190.400
Ospitalità	€ 107.100	85,7%	€ 0	0%	€ 17.800	14,3%	€ 124.900
Gestione	€ 155.900	100,0%	€ 0	0%	€ 0	0,0%	€ 155.900
Allestimenti	€ 184.300	92,6%	€ 10.900	5,5%	€ 4.000	2,0%	€ 198.960
Promozione	€ 80.246	46,1%	€ 25.580	14,7%	€ 68.146	39,2%	€ 173.972
Varie	€ 24.480	100,0%	€ 0	0%	€ 0	0,0%	€ 24.480
TOTALE	€ 659.651	75,9%	€ 36.480	4,2%	€ 172.721	19,9%	€ 868.612

Fonte: Pordenonelegge 2014 - Analisi dell'impatto economico e sociale. Executive summary. Pag 28

La maggior parte dei fornitori a cui si è rivolta la Fondazione per acquistare beni e servizi sono situati nella provincia di Pordenone. Questo è un bene per la provincia in quanto viene massimizzato il beneficio che le imprese locali ottengono lavorando per il festival. Più avanti si vedrà che l'impatto economico della spesa per l'organizzazione del festival è maggiore della spesa stessa in quanto essa genera anche effetti indiretti ed indotti. Se un'impresa locale lavora per erigere le tensostrutture, ciò aumenta il reddito di quell'impresa. Con quei soldi l'impresa può fare un investimento o acquistare nuove attrezzature, innescando così degli effetti economici indiretti. Tali effetti indiretti si possono stimare attraverso moltiplicatori economici che cambiano a seconda del tessuto industriale del territorio.

Rimanendo ancora sugli effetti economici diretti bisogna analizzare la spesa dei partecipanti al festival. Qui è necessario fare alcune precisazioni. I partecipanti vengono classificati in:

- **Turisti:** sono coloro che provengono da fuori provincia e che pernottano a Pordenone in Alberghi, B&B o a casa di amici.
- **Escursionisti:** sono coloro che provengono da fuori provincia ma che non pernottano a Pordenone.
- **Locali:** sono coloro che sono residenti nella provincia di Pordenone.

Per capire la spesa totale dei visitatori bisogna sapere il loro numero, la loro permanenza media a Pordenone e le loro abitudini di spesa. Al fine di ottenere tali informazioni è stato necessario

combinare dati provenienti da diverse fonti quali, questionari sottoposti ai partecipanti, numero di persone presenti negli incontri e biglietti venduti. Per il calcolo della spesa dei partecipanti non sono stati presi in considerazione i visitatori locali, cioè quelli residenti a Pordenone, per avere delle stime prudenziali e non eccessivamente ottimistiche.

Figura 4.3 Settori di ripartizione della spesa dei partecipanti

	Turisti pernottanti in alberghi 3-4-5 stelle	Turisti pernottanti da amici o parenti/ casa propria	Turisti pernottanti in B&B/ agriturismo/ campeggio	Escursionisti	TOTALE
<i>Pernottamento</i>	237.160	0	245.812	0	482.972
<i>Ristoranti e bar</i>	225.361	167.152	157.320	690.350	1.240.183
<i>Alimentari, bevande e take away</i>	32.644	14.159	19.665	81.795	148.263
<i>Carburanti, parcheggi e trasporti locali</i>	26.351	27.138	117.990	251.929	423.407
<i>Biglietti istituzioni culturali</i>	9.832	9.439	0	13.087	32.359
<i>Altri prodotti culturali</i>	99.112	51.129	31.464	477.683	659.387
<i>Abbigliamento e accessori</i>	12.192	46.803	0	42.533	101.528
<i>Prodotti enogastronomici</i>	20.845	12.192	7.866	19.631	60.534
<i>Souvenir</i>	12.192	13.372	11.799	32.718	70.081
TOTALE €	675.689	341.384	591.916	1.609.726	3.218.716

Fonte: Pordenonelegge 2014 - Analisi dell'impatto economico e sociale. Executive summary. Pag 27

Se si analizzano le aree di spesa si può notare che i visitatori spendono soprattutto nei bar e nei ristoranti. La spesa pro capite più alta è quella dei visitatori che pernottano negli alberghi. Quelli invece che hanno un budget più modesto sono gli escursionisti. Però gli escursionisti sono molti di più e quindi la loro spesa totale è quella più rilevante.

Figura 4.4 Quantificazione dei partecipanti provenienti da fuori provincia

	Presenze totali	% tipologia visitatore	Presenze	Permanenza media (gg)	Visitatori	% visitatori da fuori provincia
Turisti	130.000	9,1%	11.795	2,3	5.128	18%
Escursionisti		25,2%	32.722	1,4	23.373	82%
Totale					28.501	

Fonte: Pordenonelegge 2014 - Analisi dell'impatto economico e sociale. Executive summary. Pag 26

Come si evince dalla Figura 4.3, il numero delle presenze si calcola moltiplicando il numero di visitatori per i giorni di permanenza degli stessi. Quindi se un turista sta a Pordenone per due giorni conta come due presenze. E' interessante notare che gli escursionisti hanno una permanenza media superiore ad un giorno. Ciò significa che una parte di loro viene a Pordenone più di una volta durante i giorni della manifestazione.

La spesa totale dei visitatori supera i 3,2 milioni di euro, e si tratta solo dell'impatto diretto. Per quanto riguarda l'effetto indiretto, essi vengono calcolati con l'ausilio di moltiplicatori che dipendono dal livello di interconnessione dei diversi settori economici.

Figura 4.5 I moltiplicatori della provincia di Pordenone

	Shock Domanda	Moltiplicatore vendite	Aumento occupati (per milioni di €)
Prodotti dell'agricoltura, caccia e servizi connessi	1	1,594654262	3,357166868
Energia, minerario e ambiente	1	1,123347447	4,099808202
Alimentari, bevande e tabacco	1	1,641523867	7,816780318
Manifatture (tranne tessile ed editoria)	1	2,802735799	17,51709874
Tessili, cuoio, calzature, abbigliamento	1	1,594443848	13,06921187
Editoria, stampa, carta	1	1,245244405	7,32496709
Costruzioni	1	1,364713737	14,99685426
Commercio all'ingrosso, compreso commercio, servizi di manutenzione e riparazione di veicoli a motore e motocicli.	1	1,977058384	14,537194
Commercio al dettaglio, esclusi veicoli a motore e motocicli	1	1,27489746	19,92027282
Alberghi e ristoranti	1	1,228827104	12,28827104
Trasporti e comunicazioni	1	2,240838122	14,5508969
Terziario per le imprese e finanza	1	3,207073755	6,971899466
Pubblica amministrazione	1	1,157772221	3,759000719
Servizi alla famiglia e non-profit	1	1,0452728	3,393742857
Attività ricreative, culturali e sportive	1	1,430065425	4,643069563

Fonte: Pordenonelegge 2014 - Analisi dell'impatto economico e sociale. Executive summary. Pag 30

Nella Figura 4.4 sono evidenziati i moltiplicatori dei principali settori economici della provincia di Pordenone. Se si prende come esempio il settore "*Prodotti dell'agricoltura, caccia e servizi connessi*", esso ha un moltiplicatore di 1,59. Ciò significa che se si spende 1 milione di euro per acquistare prodotti agricoli, l'impatto economico di questo acquisto sarà di 1,59 milioni e ciò avviene grazie agli effetti indiretti. I settori più reattivi ad un aumento della domanda sono il terziario, la manifattura e i trasporti.

Ora si può analizzare l'impatto totale del festival sul territorio, considerando sia gli effetti diretti che quelli indiretti.

Figura 4.6 I moltiplicatori della provincia di Pordenone

	Spesa totale	Impatto economico
Spesa dei visitatori	€ 3.218.720	€ 5.381.650
Spesa dell'organizzazione	€ 868.612	€ 934.720
Totale	€ 4.087.332	€ 6.316.370

Fonte: Pordenonelegge 2014 - Analisi dell'impatto economico e sociale. Executive summary. Pag 32

Le spese totali dell'organizzazione e dei visitatori al festival supera di poco i 4 milioni di euro mentre l'impatto economico totale sul territorio supera i 6 milioni di euro. Se consideriamo che i costi sostenuti dalla Fondazione pordenonelegge.it sono di circa 868 mila euro e che tale impegno genera sul territorio un impatto di oltre 6 milioni di euro, ciò significa che il moltiplicatore

economico del festival è di 7,27. Quindi ogni euro speso dalla fondazione per il festival, genera 7,27 euro sul territorio provinciale. E' uno dei moltiplicatori più alti dei festival di questo tipo in Italia e appare evidente il beneficio che il territorio riceve da questa manifestazione.

4.2.2. Impatto fiscale e occupazionale

Una volta stabilito il beneficio economico che il territorio provinciale ottiene dallo svolgimento del festival pordenonelegge, si dovrebbe analizzare la manifestazione anche dal punto di vista delle istituzioni pubbliche. Gli oltre 6 milioni di euro di impatto economico vanno a beneficio delle imprese private, non delle amministrazioni locali. Una cosa è sapere che le istituzioni spendono soldi pubblici per una manifestazione che, pur costando, ha un beneficio per il territorio. Altra cosa sarebbe scoprire che le amministrazioni pubbliche, oltre a fornire un beneficio al territorio, rientrano delle spese sostenute grazie alle imposte locali. I maggiori acquisti di beni e servizi effettuati dai partecipanti al festival, generano anche un maggiore gettito IVA per le amministrazioni locali. Allo stesso modo, le spese sostenute dalla Fondazione pordenonelegge.it per organizzare il festival fanno aumentare i ricavi delle imprese fornitrici di beni e servizi e ciò si potrebbe tradurre in un maggior gettito IRES. A tal fine è anche utile ricordare che la Regione Friuli Venezia Giulia è una Regione a statuto speciale e questo fatto le dà maggiori privilegi e prerogative tributarie e amministrative. Nel rapporto Guerzoni viene illustrato che le quote di entrate di tributi erariali che la regione si trattiene corrispondono a:

- 60% del gettito dell'imposta sul reddito delle persone fisiche (IRPEF);
- 45% del gettito dell'imposta sul reddito delle persone giuridiche (IRES);
- 60% del gettito delle ritenute alla fonte;
- 91% del gettito dell'imposta sul valore aggiunto (IVA), esclusa quella relativa all'importazione;
- 90% del gettito dell'imposta erariale sull'energia elettrica consumata nella Regione;
- 90% del gettito dei canoni per le concessioni idroelettriche;
- 91,9% del gettito della quota fiscale dell'imposta erariale di consumo relativa ai prodotti dei monopoli dei tabacchi consumati nella Regione;
- il 29,75% del gettito dell'accisa sulle benzine e il 30,34% del gettito dell'accisa sul gasolio consumati nella Regione per uso autotrazione.

Oltre alle imposte statali vanno considerate anche quelle regionali, tra cui:

- le addizionali Irpef (regionali e comunali), incassate al 100% dai soggetti beneficiari;
- l'IRAP versata dai dipendenti, collaboratori e fornitori friulani;
- la Tosap (Tassa per le occupazioni di spazi ed aree pubbliche) pagata al comune di Pordenone);
- le imposte sulla pubblicità e i diritto sulle pubbliche affissioni pagate dal Festival.

Si rende perciò necessario capire quanto spendono le istituzioni pubbliche per il festival e quanto guadagnano in termini di maggiori entrate tributarie. Dalla Figura 4.6 si evince che i contributi

pubblici costituiscono un terzo dei fondi necessari per l'organizzazione del festival. Bisogna confrontare i 297 mila euro che le istituzioni spendono per il festival con i maggiori ricavi derivanti dalla fiscalità.

Figura 4.7 Budget delle entrate della Fondazione Pordenonelegge.it

Fonte	Entrata	% tot
CCIAA (partner istituzionale)	€ 220.812	25,4%
Finanziamenti pubblici	€ 297.000	34,2%
Regione cultura	€ 140.000	
Regione attività produttive	€ 70.000	
Provincia	€ 42.000	
Comune	€ 45.000	
Sponsor e partner privati	€ 350.800	40,4%
TOTALE	€ 868.612	100,0%

Fonte: Pordenonelegge 2014 - Analisi dell'impatto economico e sociale. Executive summary. Pag 11

Le spese sostenute dalla Fondazione organizzatrice del festival generano un ritorno fiscale di oltre 114 mila euro. Gli acquisti di beni e servizi dei visitatori partecipante al festival fanno confluire nelle casse friulane degli introiti tributari che superano i 300 mila euro.

Figura 4.8 Impatto fiscale del festival Pordenonelegge

Iva	€ 64.608
Irpef, Irap, Ires, Ritenute	€ 40.524
Tosap	€ 3.800
Tasse e imposte affissioni	€ 5.500
(A) Totale	€ 114.432
Accise benzine e gasolio	€ 76.000
Iva	€ 228.000
(B) Totale	€ 304.000
TOTALE (A) + (B)	€ 418.432

Fonte: Pordenonelegge 2014 - Analisi dell'impatto economico e sociale. Rapporto di ricerca. Pag 74

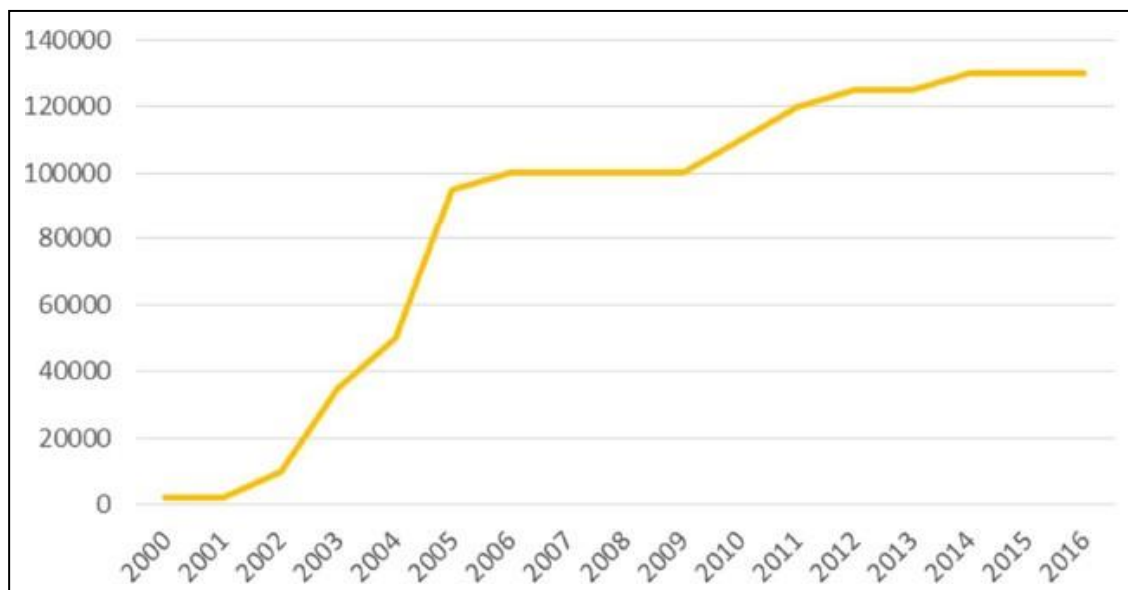
Grazie alle maggiori imposte generate dalla manifestazione pordenonelegge confluiscono nelle casse pubbliche oltre 418 mila euro e tale somma supera abbondantemente i 297 mila euro di contributi che le istituzioni forniscono al festival. Ciò significa che pordenonelegge è una fonte di guadagno non solo per il territorio e le imprese locali ma anche per la pubblica amministrazione.

Per quanto riguarda l'impatto occupazionale, lo studio Guerzoni ha stabilito che il festival genera 46 posti di lavoro nei giorni in cui viene svolto.

4.2.3. Impatto sociale

Pordenonelegge, oltre a essere un evento economico di una certa rilevanza, è in primo luogo un festival culturale. È il festival del libro. Il settore culturale è un asset strategico per lo sviluppo e il progresso della nostra società. Il festival ha pertanto come scopo principale quello di diffondere la cultura, la conoscenza del territorio, la consapevolezza sociale e l'avvicinamento delle persone alla lettura dei libri. La risposta del pubblico negli anni è stata estremamente incoraggiante e il festival ha raggiunto le oltre 130 mila presenze nel 2014.

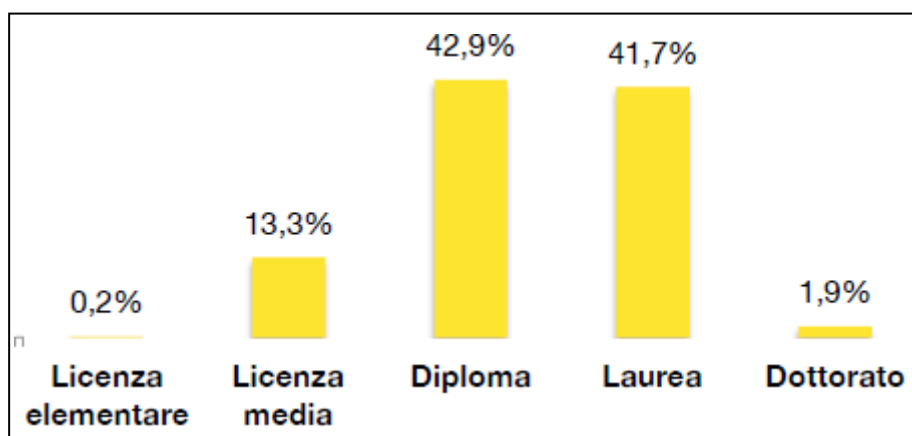
Figura 4.9 Numero di partecipanti al festival Pordenonelegge



Fonte: Dati forniti dalla Fondazione Pordenonelegge.it

La maggior parte di questi visitatori provengono dalla regione Friuli Venezia Giulia, in cui la provincia di Pordenone ha la quota più significativa di partecipanti. Ciò significa che il festival ha un forte radicamento territoriale e un altissimo grado di fidelizzazione del pubblico. L'84% dei partecipanti infatti ha già frequentato il festival per una media di 6 edizioni precedenti. Il 69% dei visitatori è costituito da donne e i giovani sotto i 35 anni costituiscono oltre un terzo dei partecipanti.

Figura 4.10 Livello di istruzione del pubblico presente al festival Pordenonelegge



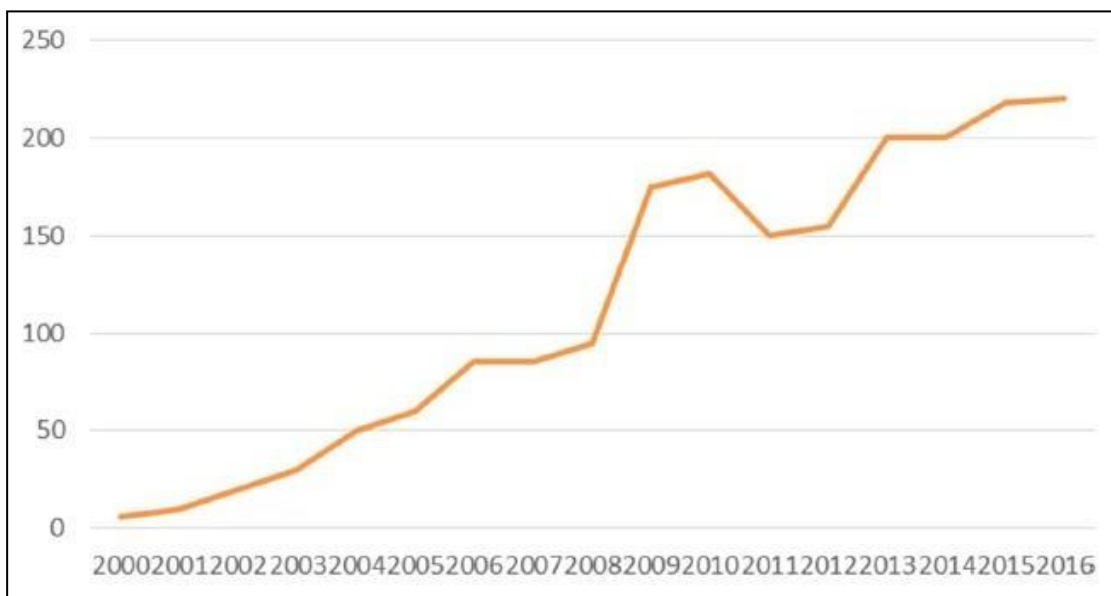
Fonte: Pordenonelegge 2014 - Analisi dell'impatto economico e sociale. Executive summary. Pag 15

Un altro dato molto importante è che i partecipanti al festival hanno, mediamente, un livello di istruzione molto più elevato di quello della popolazione generale. In Italia i laureati rappresentano solo il 16% della popolazione mentre il livello di laureati tra i partecipanti a Pordenonelegge è del 41,7%. Il festival attrae in gran numero persone più istruite della media perché c'è un legame diretto tra livello di fruizione e fruizione della cultura. La manifestazione dà un contributo importante anche nell'ambito della lettura (che vede il nostro paese fanalino di coda in Europa per

numero di lettori) dal momento che oltre il 70% dei partecipanti dichiara di aver acquistato almeno un libro durante i giorni dell'evento.

Nei cinque giorni di pordenonelegge c'è grande entusiasmo nella città e anche i più giovani danno il loro contributo per lo svolgimento di questa festa. Il coinvolgimento di questi ragazzi volontari, chiamati anche "Angeli", è il miglior biglietto da visita che la città di Pordenone può esibire ai visitatori.

Figura 4.11 Gli Angeli di Pordenonelegge



Fonte: Dati forniti dalla [Fondazione Pordenonelegge.it](http://FondazionePordenonelegge.it)

Gli "Angeli" assistono i partecipanti, forniscono informazioni, gestiscono le code e sono un punto di riferimento soprattutto per quei visitatori che non conoscono bene la città. Nel primo anno questi ragazzi operano come volontari. Coloro che continuano questa attività per gli anni successivi diventano un punto di riferimento per l'organizzazione e formano i nuovi giovani che di anno in anno si uniscono alla manifestazione.

Si consiglia la fondazione pordenonelegge.it, in considerazione delle novità introdotte dal codice del Terzo settore e delle direttive del Ministero del lavoro e delle politiche sociali, di elaborare la Valutazione di Impatto sociale.

4.2.4. Indici di bilancio e solidità gestionale

Gli enti non profit hanno delle particolarità che le distinguono dalle imprese che hanno uno scopo di lucro. Le differenze sono sia formali che sostanziali. Per esempio gli enti senza scopo di lucro hanno come finalità principale la promozione sociale e lo sviluppo di valori culturali e di convivenza civile. Le imprese commerciali, spesso guardano a questi valori come degli strumenti per migliorare la propria immagine tra i consumatori ed incrementare le vendite. Inoltre le imprese con fini di lucro operano con principi di economicità e misurano il loro operato sulla base

della legge della domanda e dell'offerta sul libero mercato. In base al livello di domanda/offerta di un bene si determina il suo prezzo. Nel caso degli enti non profit invece il discorso è più complicato. Per cominciare il prezzo dei beni o servizi forniti da tali enti non obbedisce alla legge della domanda e dell'offerta, ma è orientato a soddisfare principi di solidarietà sociale e sussidiarietà.

Nonostante tali differenze anche gli enti non profit devono essere gestiti con economicità e perseguire un equilibrio patrimoniale e finanziario come strumento per raggiungere le loro finalità sociali. Perciò, partendo dal mondo delle imprese, sono stati elaborati indici di bilancio e indicatori economici modificati che possono essere d'aiuto nella gestione degli enti senza scopo di lucro.

Se si prende in esame il Rendiconto di gestione, che rappresenta la gestione economica, esso è suddiviso in proventi ed oneri. I proventi sono composti da:

- 1) Proventi da attività tipiche (istituzionali)
- 2) Proventi da raccolta fondi
- 3) Proventi da attività accessorie
- 4) Proventi finanziari e patrimoniali
- 5) Proventi straordinari
- 6) Altri proventi

Specularmente i costi di gestione sono imputabili a:

- 1) Oneri da attività tipiche (istituzionali)
- 2) Oneri di raccolta fondi
- 3) Oneri da attività accessorie
- 4) Oneri finanziari e patrimoniali
- 5) Oneri straordinari
- 6) Oneri di supporto generale
- 7) Altri oneri

Dal punto di vista dell'analisi gestionale le due aree principali sono quella istituzionale e quella accessoria. Le attività istituzionali sono il cuore di un ente non profit. Rappresenta la sua attività principale, la sua stessa ragione d'esistere. La gestione accessoria invece comprende delle attività che spesso sono funzionali ad alimentare la parte istituzionale. La situazione ideale si avrebbe qualora entrambe queste gestioni fossero in attivo. Ciò può essere difficile da ottenere in quanto le attività istituzionali, in molti casi, sono orientate a generare soprattutto benefici sociali e difficilmente producono reddito. Per questo motivo molti enti non profit esercitano attività accessorie anche di mercato per potersi sostenere.

Figura 4.12 Combinazioni tra gestione istituzionale e gestione accessoria

		RISULTATO ECONOMICO DELLA GESTIONE ACCESSORIA	
		POSITIVO	NEGATIVO
RISULTATO ECONOMICO DELLA GESTIONE ISTITUZIONALE	POSITIVO	GESTIONE ISTITUZIONALE E ACCESSORIA CONTRIBUISCONO ALL'EQUILIBRIO REDDITUALE COMPLESSIVO DELL'ENTE (SITUAZIONE ECCEZIONALMENTE POSITIVA DAL PUNTO DI VISTA REDDITUALE)	LA GESTIONE ISTITUZIONALE "MANTIENE" QUELLA ACCESSORIA: SITUAZIONE NON CORRETTA RISPETTO ALLA FINALITA' ISTITUZIONALE DELLE ONP
	NEGATIVO	LA GESTIONE ACCESSORIA DAL PUNTO DI VISTA REDDITUALE FINANZIA QUELLA ISTITUZIONALE (SITUAZIONE RICORRENTE E NON PROBLEMATIC, POSTA LA "CAPIENZA" DEL RISULTATO DELLA GESTIONE ACCESSORIA)	ENTRAMBE LE GESTIONI GENERANO DISAVANZI: L'AZIENDA NON HA PRESUPPOSTI DI VITA DURATURA IN CONDIZIONI DI AUTONOMIA

Fonte: I quaderni della scuola di alta formazione. Numero 5/2007. Pag 21

E' necessario a questo punto qual'è la situazione della fondazione pordenonelegge.it. Analizzando i bilanci della fondazione, pubblicati sul sito web della fondazione stessa la situazione appare incoraggiante. Nei quattro anni che vanno dal 2014 al 2017 la gestione tipica è in attivo.

Figura 4.13 Risultati della gestione istituzionale della Fondazione pordenonelegge.it

	Anno			
	2014	2015	2016	2017
Proventi da attività istituzionali	€ 1.086.531	€ 1.190.387	€ 1.200.280	€ 1.297.487
Oneri da attività istituzionali	€ 955.792	€ 1.020.001	€ 1.102.117	€ 1.067.241
Risultato attività istituzionali	€ 130.739	€ 170.386	€ 98.163	€ 230.246

Fonte: elaborazione propria sui bilanci della Fondazione pordenonelegge.it

A questo punto è utile analizzare la gestione accessoria. Anche questa parte è in attivo economico. Questo è un fatto positivo anche se, rispetto alla gestione istituzionale, le attività accessorie hanno una dimensione estremamente piccola, quasi irrilevante.

Figura 4.14 Risultati della gestione accessoria della Fondazione pordenonelegge.it

	Anno			
	2014	2015	2016	2017
Proventi da attività accessorie	€ 25.738	€ 15.723	€ 13.180	€ 14.855
Oneri da attività accessorie	€ 16.258	€ 10.701	€ 11.366	€ 10.073
Risultato attività accessorie	€ 9.480	€ 5.022	€ 1.814	€ 4.782

Fonte: elaborazione propria sui bilanci della Fondazione pordenonelegge.it

Ciò significa che la Fondazione pordenonelegge.it è estremamente focalizzata e concentra quasi tutte le sue energie economiche e organizzative in funzione della sua finalità principale che è costituita dalla promozione della cultura e del territorio.

Si possono analizzare questi dati anche da un altro punto di vista come suggerisce il Consiglio Nazionale Dei Dottori Commercialisti. Il Consiglio ha costruito degli indici che si focalizzano soprattutto sulla seguenti aree:

Figura 4.14 Indici di bilancio

Attività istituzionale:	$\frac{\text{Oneri istituzionale}}{\text{Totale oneri di gestione}} \times 100 = X\%$
Attività di raccolta fondi:	$\frac{\text{Oneri per raccolta fondi}}{\text{Totale oneri di gestione}} \times 100 = Y\%$
Attività di supporto generale:	$\frac{\text{Oneri attività di supporto}}{\text{Totale oneri di gestione}} \times 100 = Z\%$

Fonte: elaborazione propria su Racomandazione N°10. Commissione aziende non profit. CNDCE.

La voce "Totale oneri di gestione" comprende tutti gli oneri tranne quelli straordinari e della gestione finanziaria. Rielaborando il Rendiconto di gestione della Fondazione si possono notare alcune cose interessanti. Si conferma intanto la preminenza delle attività istituzionali sul bilancio della Fondazione. L'attività di raccolta fondi invece non è molto sviluppata. In realtà la Fondazione si affida agli sponsor per e ai contributi pubblici per raccogliere risorse finanziarie. E' stato inoltre

sviluppato il programma "Amici di Pordenone Legge", con cui gli spettatori possono prenotare dei posti riservati a pagamento. Quindi non è che la Fondazione non raccolga fondi o non faccia sforzi per curare i rapporti con gli sponsor. Queste metodologie di raccolta sono classificate come "attività istituzionali" perché sono strettamente legate al festival del libro o alle attività culturali.

Figura 4.15 Indici di bilancio della Fondazione pordenonelegge.it

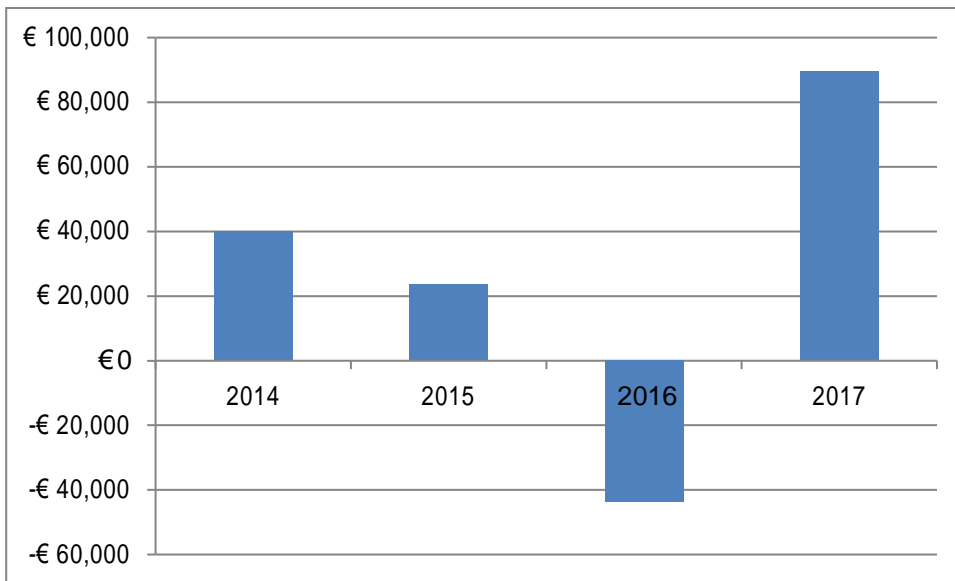
	Anno			
	2014	2015	2016	2017
Oneri Istituzionali/Totale oneri di gestione	88,40%	85,60%	87,22%	87,00%
Oneri raccolta fondi/Totale oneri di gestione	0%	0%	0%	0%
Oneri di supporto/Totale oneri di gestione	7,54%	10,26%	8,83%	8,65%

Fonte: elaborazione propria sui bilanci della Fondazione pordenonelegge.it

Sono stati sviluppati molti indici anche per analizzare la gestione patrimoniale degli enti senza scopo di lucro. Sarebbe molto utile creare un database con gli indici di bilancio che racchiuda tutti gli enti del terzo settore. Questo potrebbe essere molto utile in un'ottica di benchmarking, come già avviene per le imprese commerciali. Si può fare persino un vero e proprio sistema di rating grazie al quale gli enti più virtuosi potrebbero fare da esempio per tutti gli altri e mettere in risalto la propria solidità gestionale.

Infine, è importante analizzare il risultato complessivo del Rendiconto della Gestione. In caso di risultato positivo significa che la Fondazione ha guadagnato più di ciò che ha speso. In caso contrario vuol dire che le uscite hanno superato le entrate. Diversamente da un'impresa commerciale nella quale più alto è l'utile netto e meglio è per tutti, nella Fondazione le cose cambiano. Se l'utile finale è troppo alto significa che l'ente non ha speso troppo poco rispetto alle sue potenzialità e ha sottoutilizzato la sua capacità di generare un impatto positivo nello sviluppo sociale e culturale del territorio. Se invece le spese superano le entrate e ciò si ripete per più anni, ciò potrebbe mettere a rischio l'equilibrio finanziario e patrimoniale dell'ente. Bisogna pertanto raggiungere un equilibrio delicato tra finalità culturali e solidità economica e patrimoniale.

Figura 4.16 Risultato di Gestione della Fondazione pordenonelegge.it



Fonte: elaborazione propria sui bilanci della Fondazione pordenonelegge.it

Bibliografia.

- Helmut K. Anheier, (2014) Nonprofit organizations (theory, management, policy), Second edition.
- F. Bandini (2013), Economia e management delle aziende non profit e delle imprese sociali, Cedam.
- G.P. Barbetta, G. Ecchia, N. Zamaro, (2016), Le istituzioni non profit in Italia, Il mulino.
- 12° Rapporto annuale Federculture 2016
- 9° Censimento generale dell'industria e dei servizi e censimento delle istituzioni non profit, Istat.
- Io sono cultura 2017 - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi, Symbolia.
- Cultural statistics - 2016 edition, eurostat.
- Mapping the Creative Value Chains - a study on the economy of culture in the digital age, european commission.
- Social economy, european parliament, policy department, 2016.
- Ricerca sul valore economico del Terzo Settore in Italia, Unicredit foundation, 2012.
- Recent evolutions of the Social Economy in the European Union, CIRIEC.
- Studio Guerzoni 2014 (Università Bocconi di Milano), L'impatto economico di pordenonelegge 2014.
- I. B. Buitoni (2012), Per un'Italia possibile. La cultura salverà il nostro paese?, Mondadori
- C. De Stefani, A. Quercia, (2017), Enti non profit - Prontuario operativo, Maggioli editore
- La rilevazione sulle istituzioni non profit: un settore in crescita. Ufficio stampa del 9° censimento
- Rapporto del 16 aprile 2014, Ufficio stampa 9° Censimento dell'industria, servizi e istituzioni non profit
- I quaderni della scuola di alta formazione. Numero 5/2007
- Raccomandazione N°10. Commissione aziende non profit. CNDCE.
- Rivista Impresa Sociale (11 Novembre 2018), Valutare l'impatto sociale. La questione della misurazione nelle imprese sociali
- Rivista italiana di Public Management, Vol 1 n°1 (gennaio 2018),
- Euricse, ImpACT - La valutazione dell'impatto sociale nel terzo settore
- Commissione europea (2014), Approcci per la misurazione dell'impatto sociale
- Impronta Etica (2016), La misurazione dell'impatto sociale - Una guida pratica per le organizzazioni