

***Venezia Laboratorio di Cultura***  
**Indagine sulla dimensione economica  
dell'offerta culturale a Venezia**

A cura di  
**COSES – Consorzio per la Ricerca  
e la Formazione**

*Venezia, maggio 2003*

- Cultura e città di Venezia: le ragioni di un approfondimento
- Metodologia di indagine
- La dimensione economica della cultura: risorse, impatti occupazionali, sistema del valore
- Il rapporto tra cultura e turismo
- Scenari di sviluppo

# Ragionare di cultura a Venezia

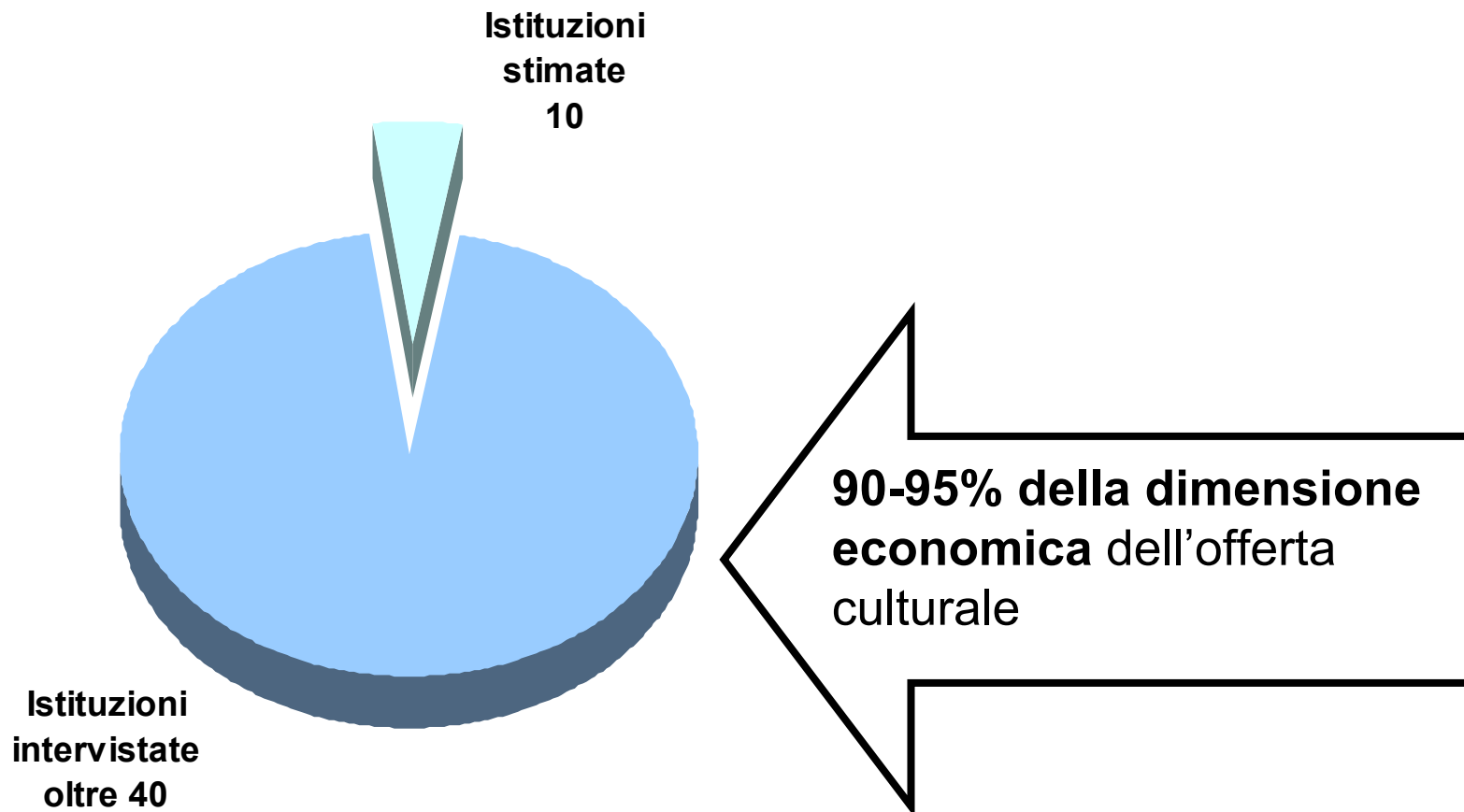
- La cultura come **settore** economico
- La cultura come **contributo** alla competitività e all'immagine della città
- La cultura come **input** per altre funzioni urbane
- La cultura come “**scenario di sviluppo**” per una Venezia sostenibile
- Venezia come “**distretto culturale**”

# Metodologia di indagine e campione di riferimento

- La metodologia dello studio ha abbinato un'analisi **quantitativa** con un approfondimento **qualitativo**
- Somministrazione di un questionario semi-strutturato riguardante:
  - dati di **bilancio**
  - dati inerenti le **attività di specializzazione, la struttura organizzativa, le relazioni sviluppate dall'ente**
- Campione di riferimento:
  - 31 istituzioni (**oltre 40** se considerate singolarmente) hanno aderito in modo completo
  - per un'altra *decina di istituzioni* sono stati raccolti e stimati i dati occupazionali e la dimensione economica *riportando i dati all'universo* (valori medi della tipologia)
  - **90-95% della dimensione economica** del settore

# Campione di riferimento

Venezia Laboratorio di Cultura



# Censimento del sistema culturale

## •Suddivisione per *tipologia*

- Musei e gallerie
- Archivi e biblioteche
- Teatri e istituzioni di spettacolo
- Istituzioni legate ai luoghi di culto e tradizione religiosa
- Università, enti e istituzioni di ricerca
- Altre istituzioni (attività complesse, gestori di beni culturali, fornitori di servizi)

## •Suddivisione per *ente gestore*

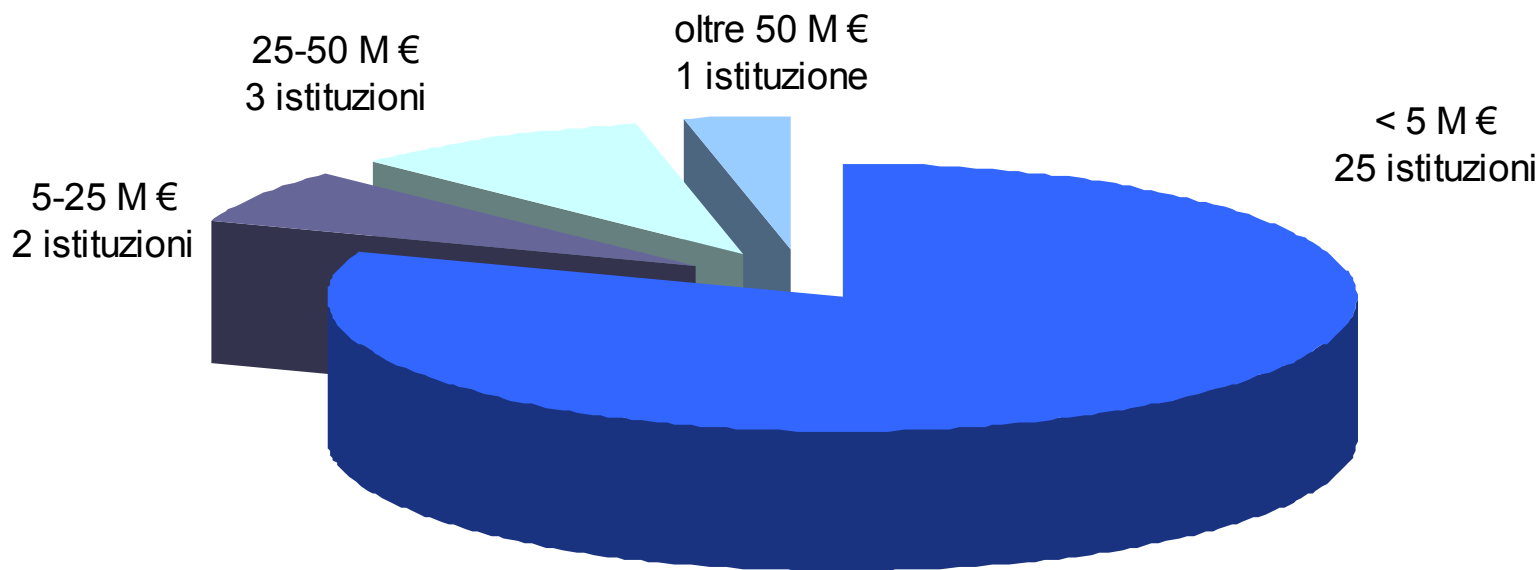
- Stato / Comune / Provincia
- Settore privato
- Chiesa

	Publici / comune	Publici / altro ente	Privati incl. chiesa
Musei e gallerie	■	◻	□
Archivi e biblioteche	◆	◊	◇
Teatri	▲	△	△
Ricerca e istruzione	●	○	○
Chiese e enti religiosi	⊕	⊕	⊕
Altro	★	☆	☆

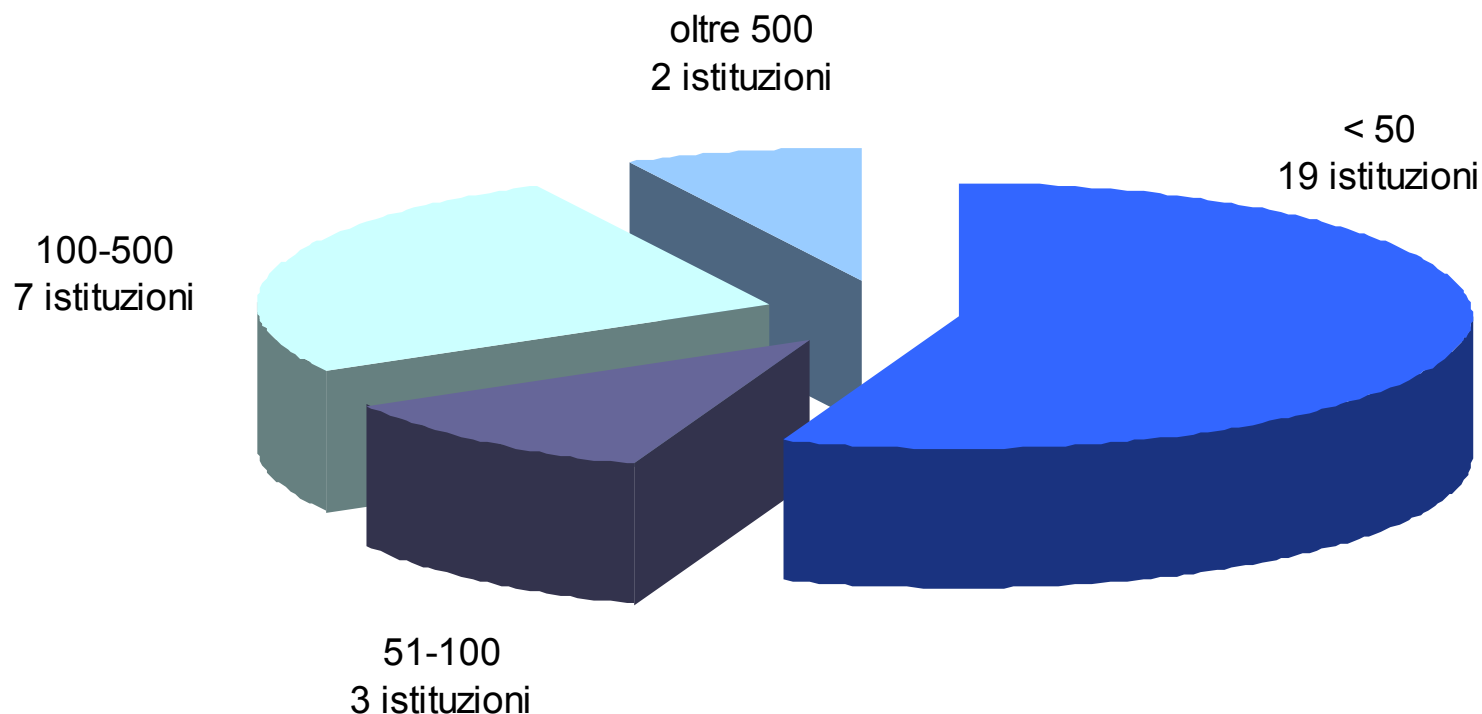
Venezia Laboratorio di Cultura



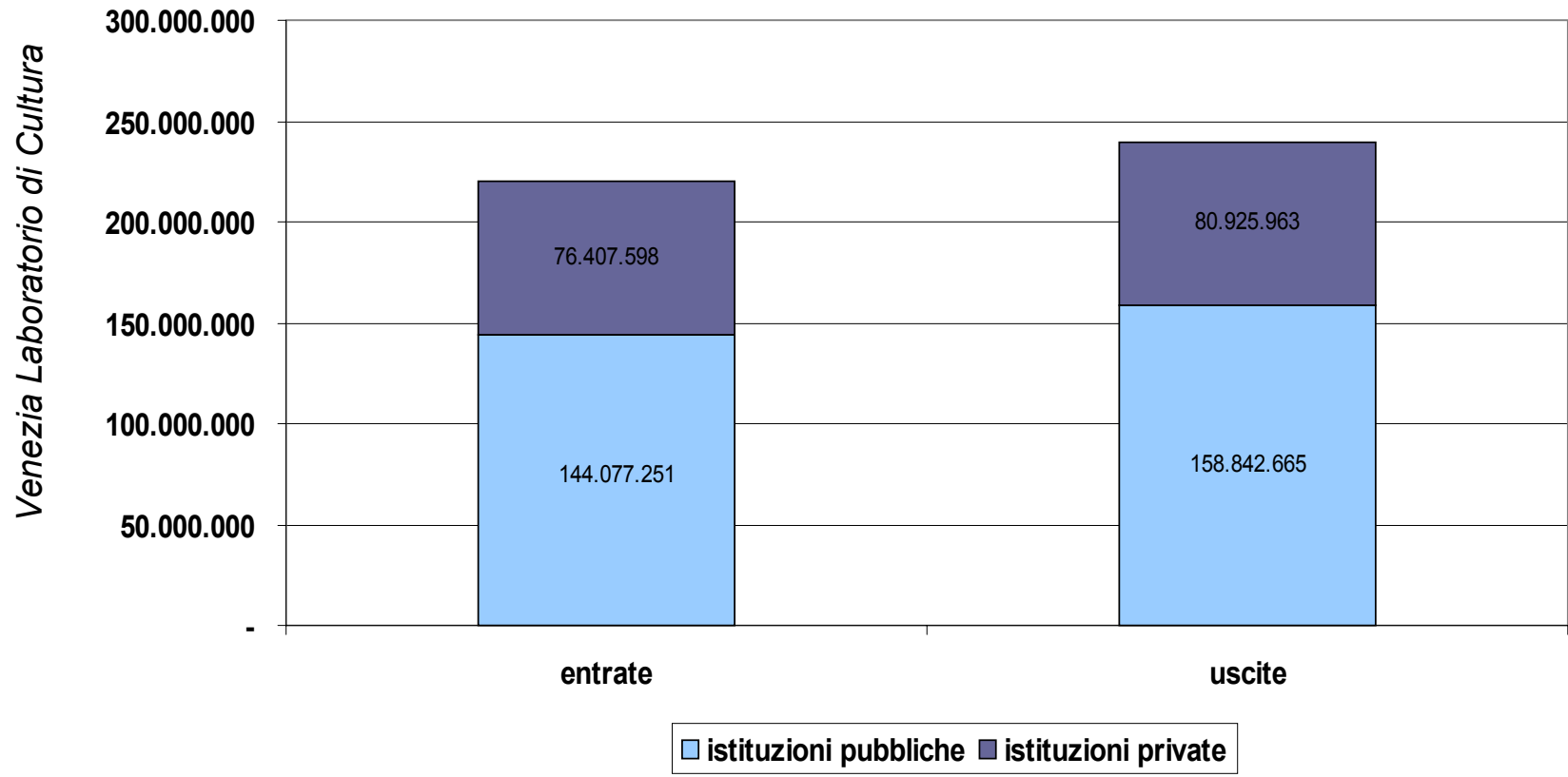
# Le istituzioni veneziane: una prima classificazione per classi di entrate



# Le istituzioni veneziane: una prima classificazione per classi di addetti

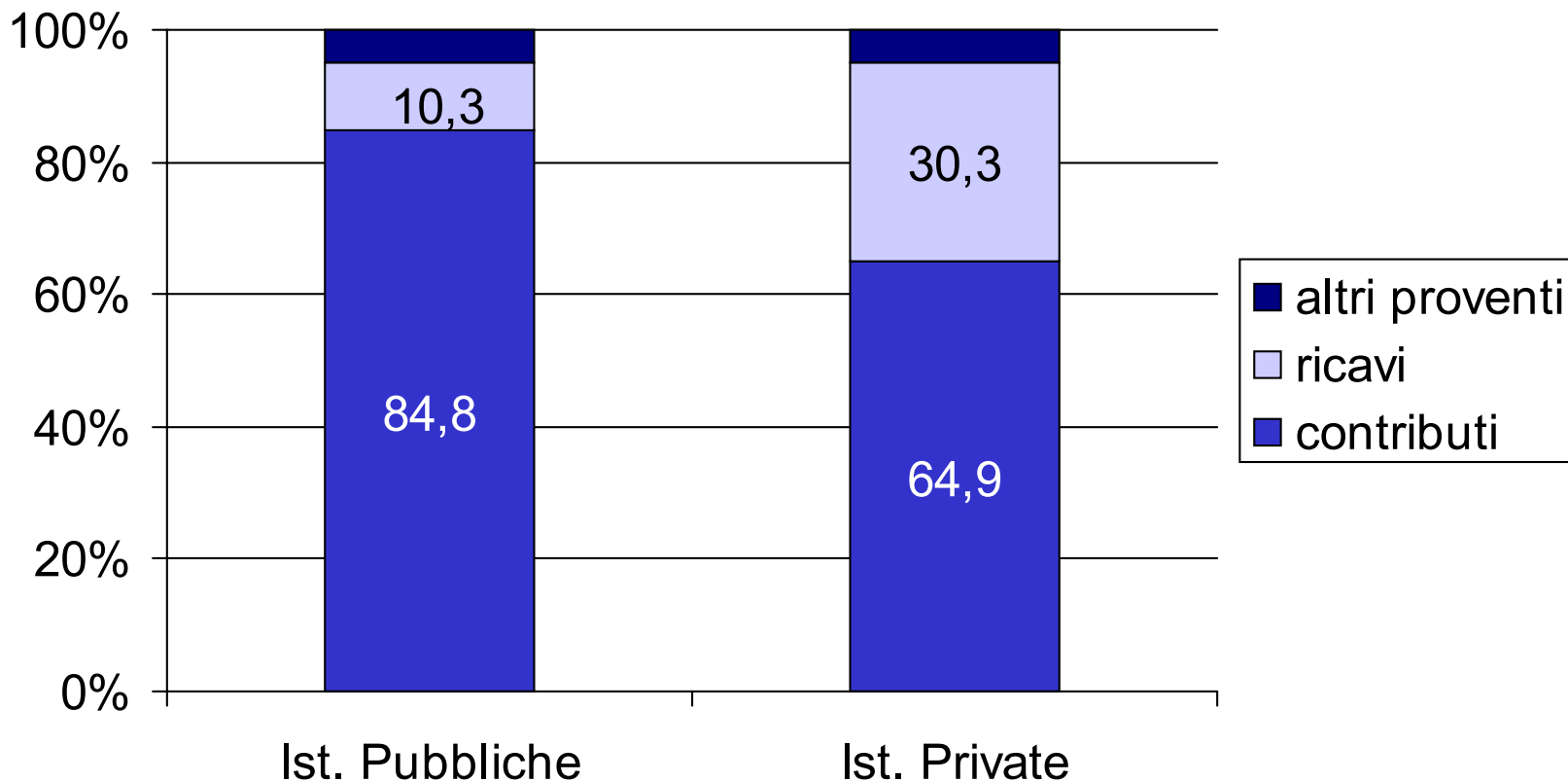


# Entrate e uscite delle istituzioni pubbliche e private (valori assoluti in Euro)



# Dimensioni economico-finanziarie

## Entrate (valori percentuali)

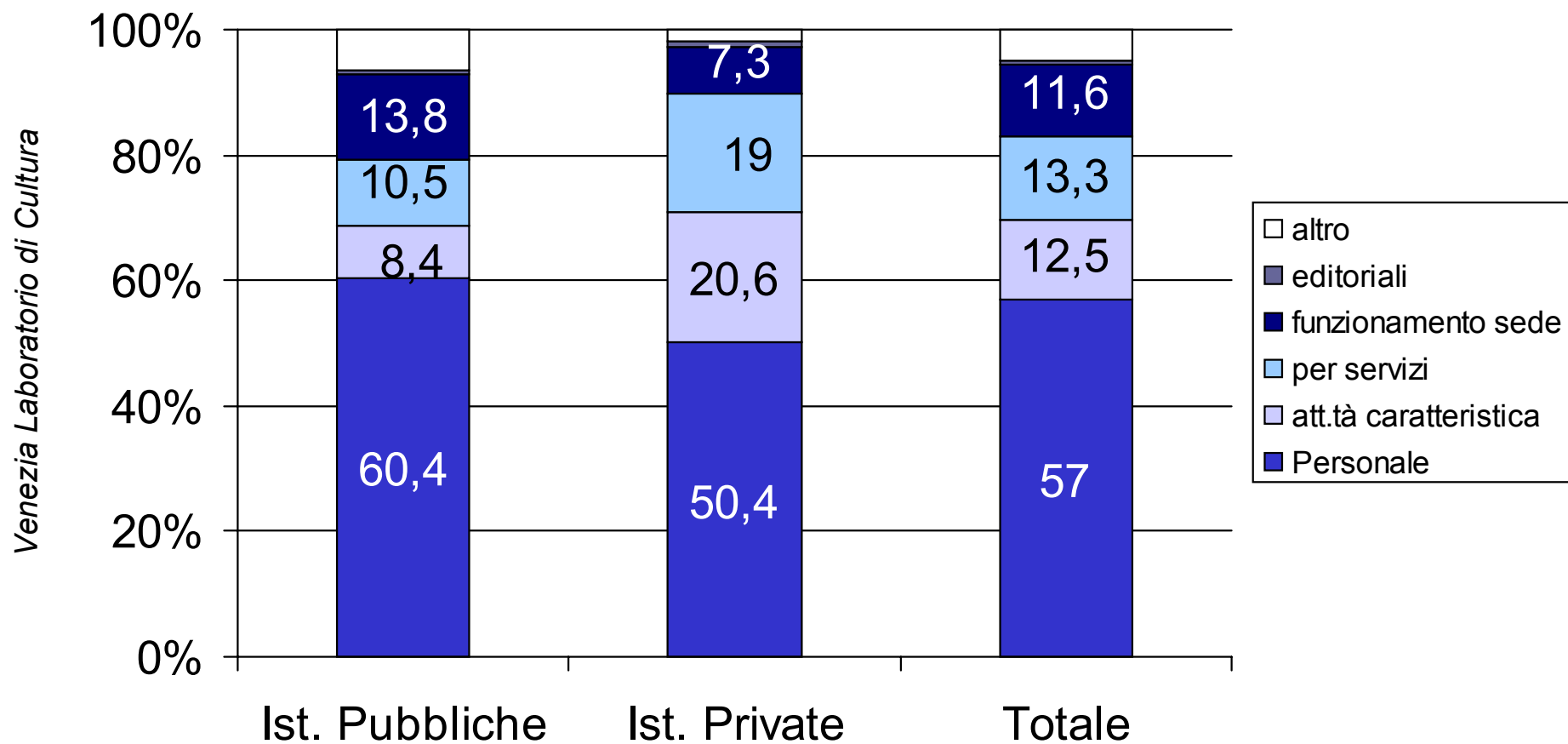


**Entrate** complessive pari a circa **220 M€**

54% dei ricavi sono generati da musei e gallerie

# Dimensioni economico-finanziarie

## Uscite (valori percentuali)

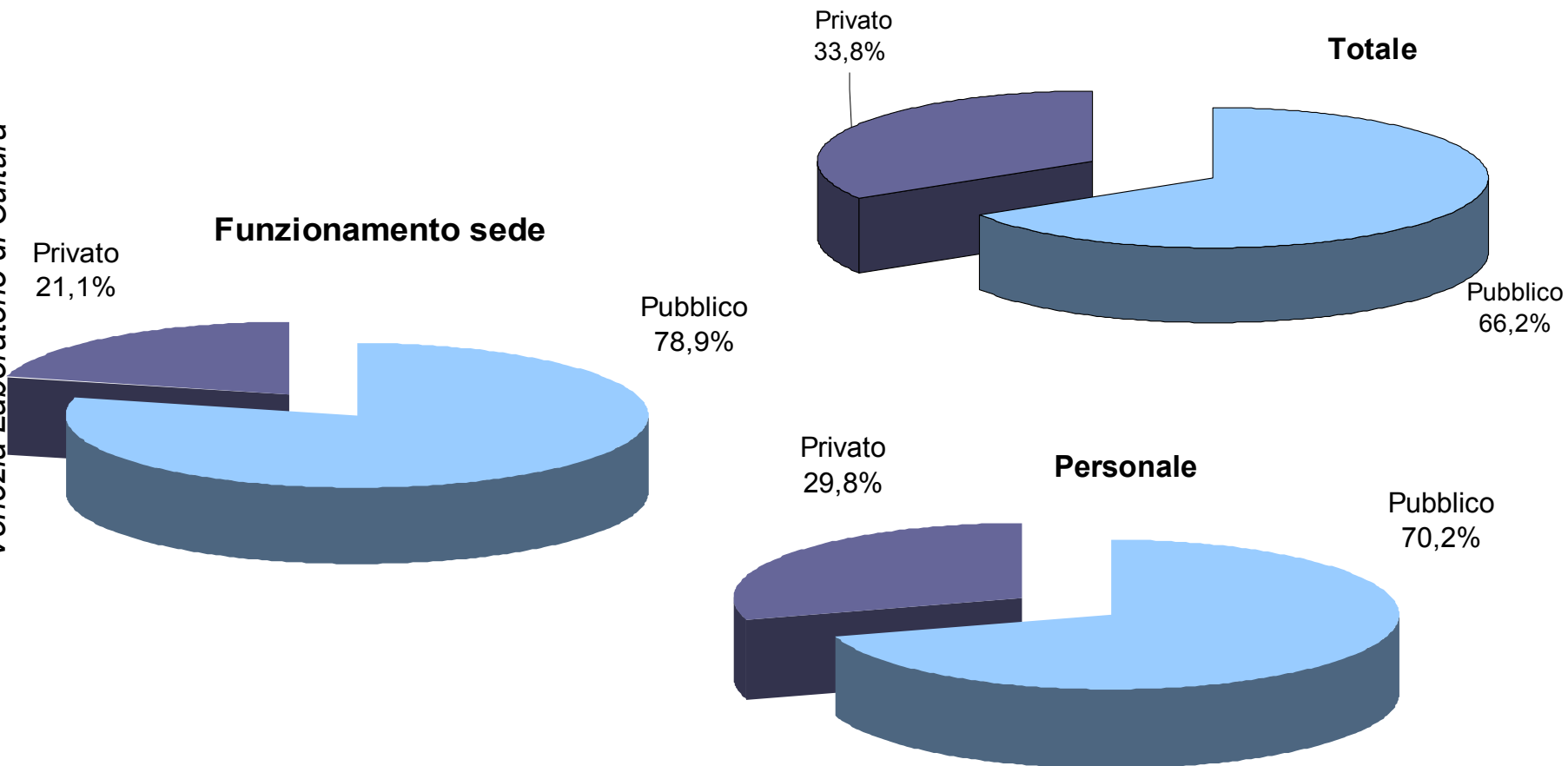


**Uscite** complessive pari a circa **240 M€**

# Dimensioni economico-finanziarie

## Tipi di spesa

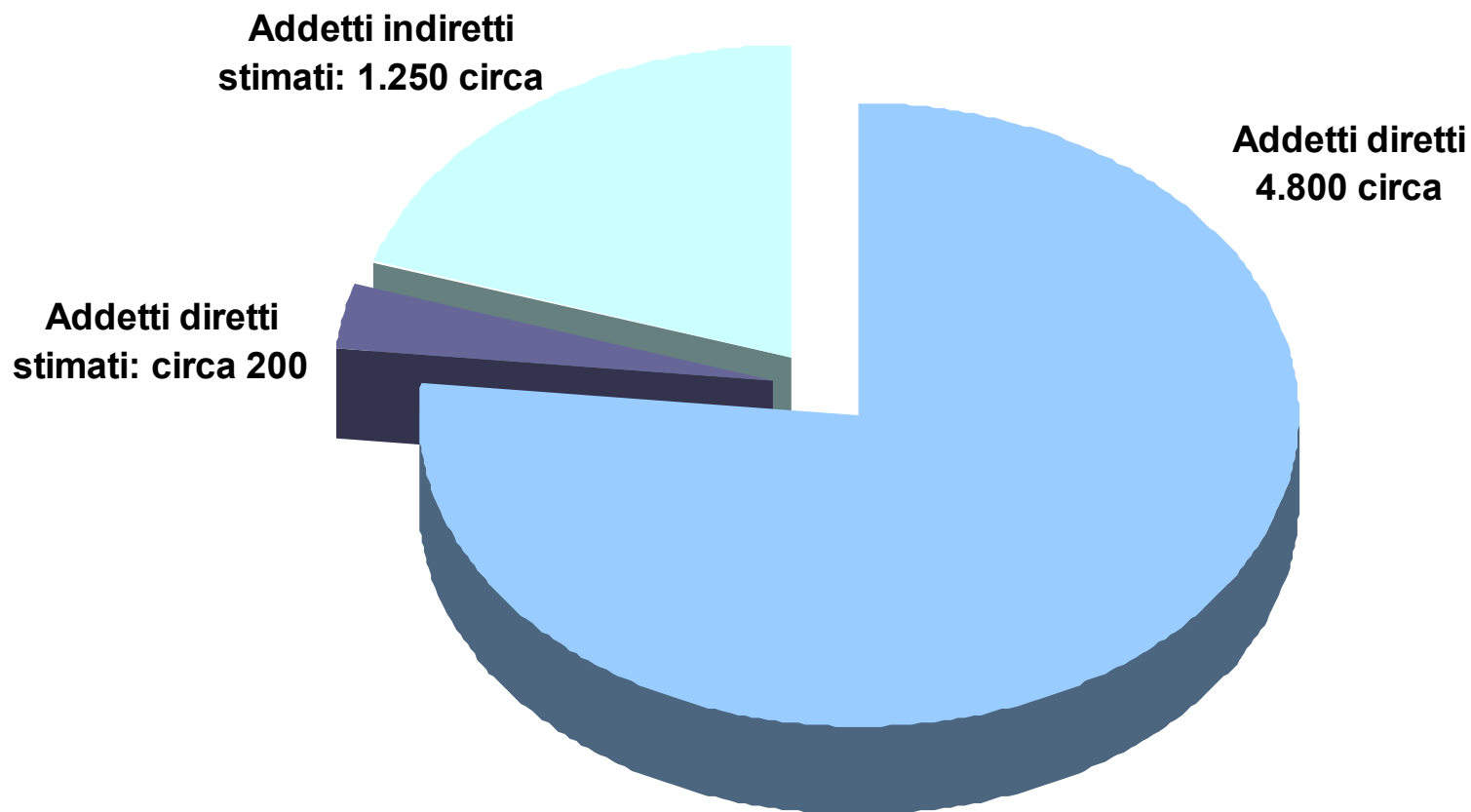
Venezia Laboratorio di Cultura



# Impatti occupazionali del settore culturale

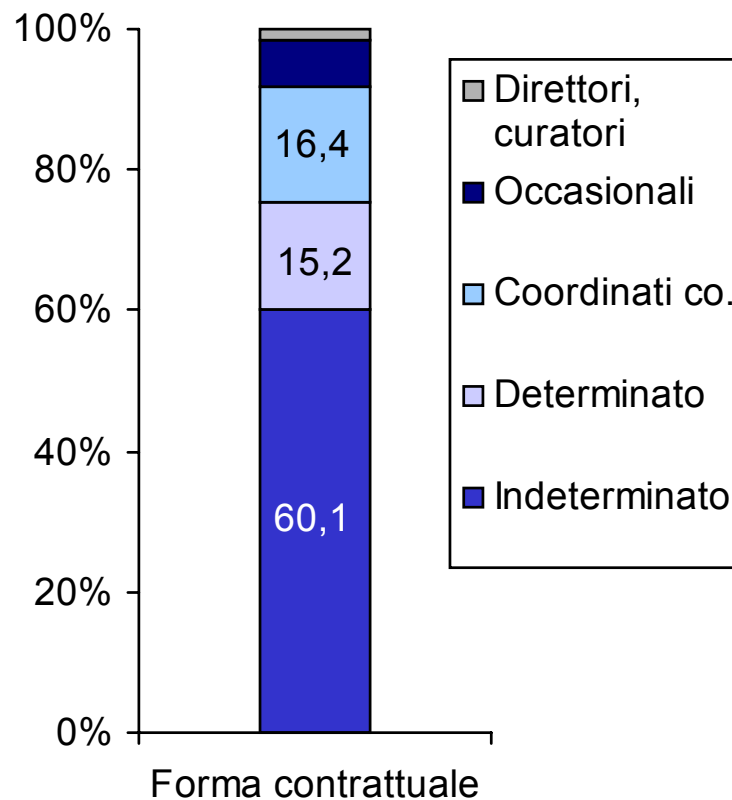
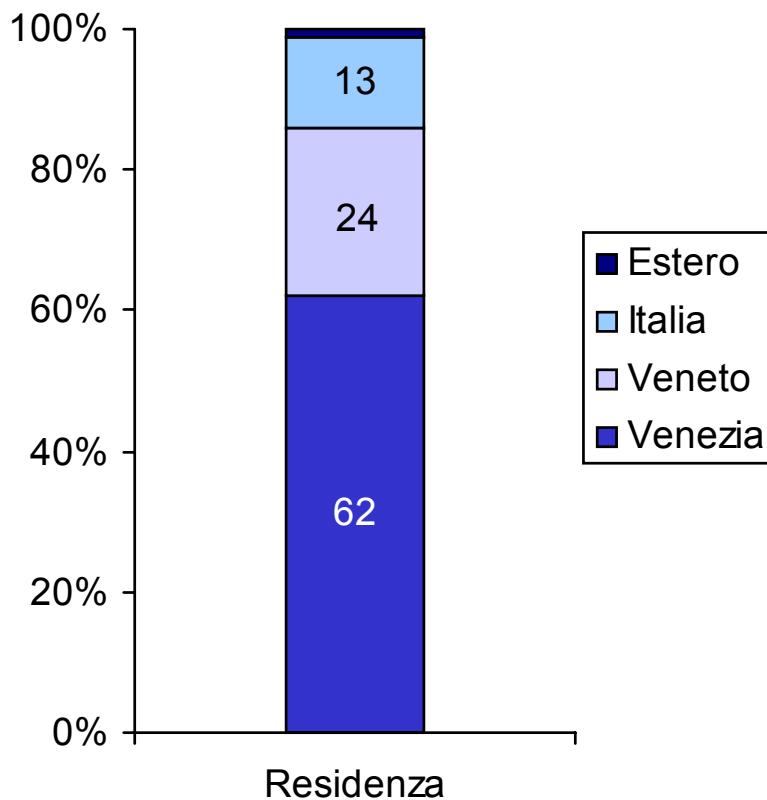
- Circa **4.800 occupati** nel settore culturale (+ 200 stimati nelle istituzioni non censite)
- **62%** residenti in comune di Venezia (57% dei quali in terraferma)
- **65,6 M€** dei compensi erogati rimangono in territorio comunale
- Si stimano altri **1.250 indirettamente occupati** in settori collegati
- **In totale più di 6.000 posti di lavoro generati dalla cultura** (12% dell'occupazione del Centro Storico e 4,3% dell'intero comune di Venezia)

# Impatti occupazionali del settore culturale



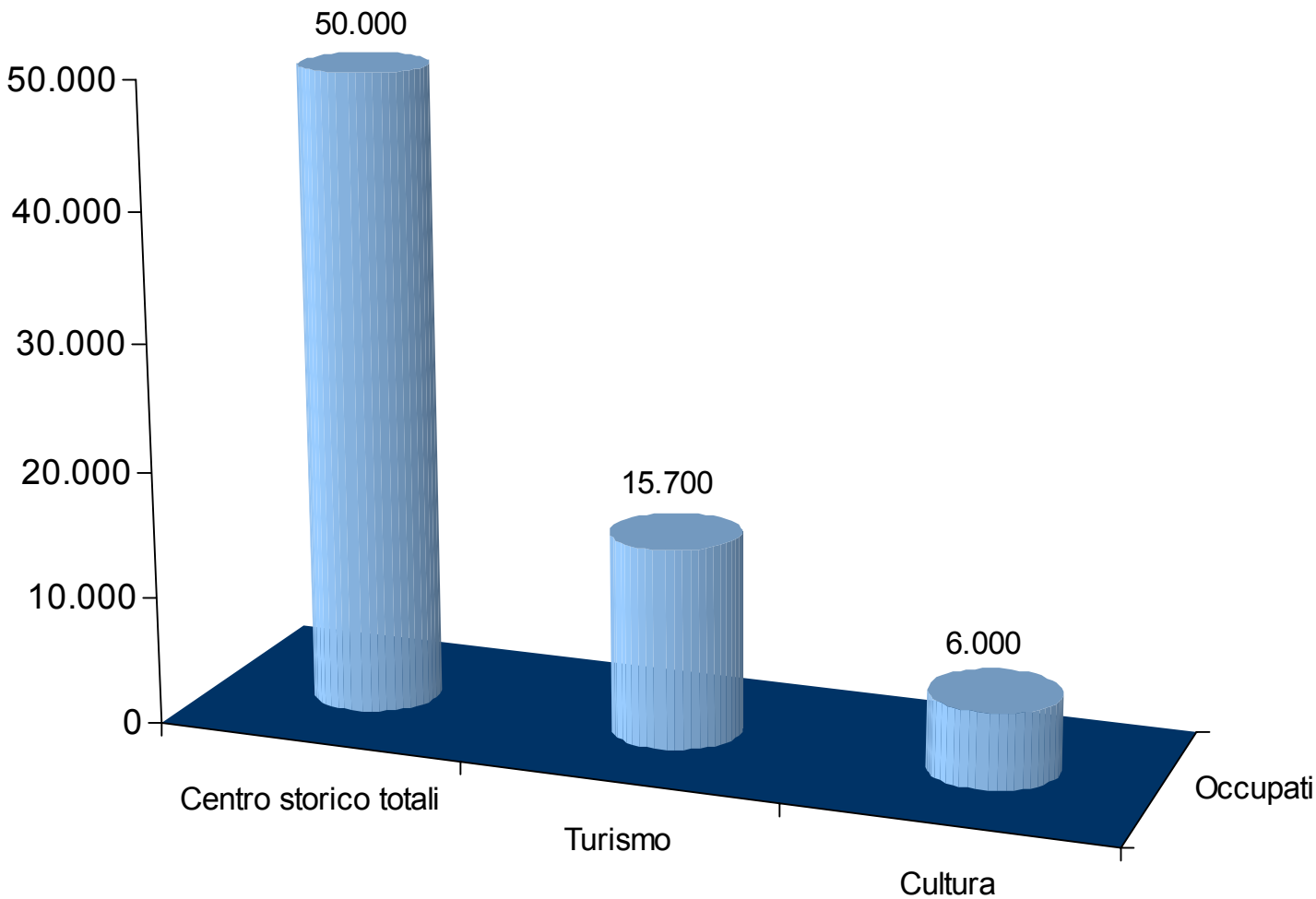
# Impatti occupazionali del settore culturale

Venezia Laboratorio di Cultura



# Impatti occupazionali del settore culturale

Venezia Laboratorio di Cultura



# La catena del valore dell'offerta culturale

- **Carattere locale della catena del valore:** la maggioranza dei fornitori (più o meno strategici) è localizzata nel Centro Storico
- Forte **network locale di collaborazioni** tra istituzioni
- Proiezione **nazionale e internazionale** limitata a determinate aree di specializzazione
- L'analisi della catena del valore va estesa anche al **turismo**

# Il rapporto tra turismo e cultura

**Fatturato totale del turismo**  
 stimato: **871 M€** (1996)

Fatturato turistico direttamente  
 imputabile alla cultura...

- 3% della spesa turistica, ovvero circa 30 M€ (CISSET, 1995)
- 25 M€ spesi in musei e 0,3 M€ in chiese (Coses/Ob.Tur, dati 2000)



Entrate del **settore**  
**culturale**: circa **240 M€**



# Il rapporto tra turismo e cultura

- La dinamica recente dei flussi turistici è “trainata” dall'**escursionismo**
- i **22.500 addetti nel turismo** (15.700 nel Centro Storico) sono in gran parte “**motivati**” dalla cultura
- Un rapporto con **molti problemi**:
  - legami non diretti ma mediati
  - spesa aggiuntiva o sostitutiva rispetto a quella dei residenti
  - benefici ma anche costi

# Analisi del rapporto tra turismo e cultura: lettura critica

- *Time, budget* e informazioni limitate: **vincolo alla spesa culturale**
- esiste un legame tra la **scarsa “resa”** del sistema culturale e il **modello** prevalente **di visita** alla città
- questioni strategiche:
  - *utilizzare il **marketing culturale** per influire sul comportamento dei visitatori*
  - ***gestire i flussi** turistici per vendere meglio il valore della cultura*

# Scenari di sviluppo legati alla cultura

- Forte **potenziale innovativo**, ma **co-operazione** strategica nella regione poco sviluppata (es. tra enti culturali e ricerca/formazione o imprese)
- **Venezia** come “**nodo**” di una **rete globale** ad alto valore aggiunto e centro “creativo” del NordEst
  - *nuove proposte culturali (uso tecnologie)*
  - *potenziamento relazioni tra sfera culturale e ricerca*
  - *collaborazioni con la sfera delle imprese*
- **Conservare l'esistente - incrementare il valore**: obiettivi non in conflitto, ma sinergici

# Scenari di sviluppo legati alla cultura

- Il **turismo culturale è strategico per generare valore** a partire dalla cultura...
- ... a condizione che ne **venga ridisegnato il sistema di gestione**:
  - ambito di *pianificazione*: metropolitano
  - *marketing*: privilegiare qualità, diversità
  - *governance*: mettere in rete, anziché separare, l'economia urbana e quella turistica