

Pier Luigi Belvisi¹

Il finanziamento delle attività culturali in un sistema sociale 'tripartito'

Abstract:

A large part of the cultural activities has no financial autonomy, with revenues arising from the sale of service that cover only a share, often small, of the costs of production. This makes it necessary a structural and permanent external financial support in the form of public subsidies, donations, etc. Economic theory identifies a number of motivations for financing the cultural sector, and analyses the various instruments and institutional arrangements used to implement it. An important issue is the allocation of funds among different cultural activities and institutions, and the expression of preferences for this allocation.

The pattern of the tripartite social system, often considered in his writings by T. Padoa-Schioppa, can provide useful suggestions with regard both to the motivations for financing the cultural activities and to the forms that it can assume. This approach identifies within the social system three spheres of activity, among them autonomous and interdependent (legal-political, economic and cultural). On the basis of this analysis, the cultural sphere provides relevant inputs to the other two sectors; this makes it necessary, and not optional, its financing. With reference to the ways of funding, it seems useful for the cultural sector to develop within itself the ability to direct the allocation of funds and resources among its various activities and institutions. This is also in favour of new cultural initiatives and emerging artists.

Keywords: financing of cultural activities, tripartite social system, public subsidies, donations, preferences

Gran parte delle attività culturali non è dotata di autonomia finanziaria, con i ricavi da vendita del servizio che coprono solo una quota, spesso modesta, dei costi di produzione. Ciò rende necessario un apporto finanziario esterno strutturale e permanente nella forma di sussidi pubblici, donazioni, ecc. La teoria economica individua una serie di motivazioni per il finanziamento del settore culturale, e analizza i vari strumenti e sistemi istituzionali utilizzati per attuarlo. Una questione rilevante è quella dell'allocazione dei fondi tra attività e istituzioni culturali diverse, e l'espressione delle preferenze riguardo a tale allocazione.

Lo schema del sistema sociale tripartito, più volte ripreso nei suoi scritti da T. Padoa-Schioppa, può fornire utili indicazioni sia riguardo alle motivazioni del finanziamento delle attività culturali che alle forme che esso può assumere. Tale approccio individua nel sistema sociale tre sfere di attività tra loro autonome e interdipendenti (giuridico-politica, economica e culturale). In base a questa analisi, la sfera culturale fornisce agli altri due settori input rilevanti, che rendono necessario, e non opzionale, il suo finanziamento. Riguardo alle forme di finanziamento, emerge l'opportunità che il settore culturale sviluppi al suo interno la capacità di orientare l'allocazione

¹ Professore associato di Economia Politica, Università degli Studi Internazionali di Roma, UNINT.

di fondi e risorse tra le sue diverse attività e istituzioni. Ciò anche a favore delle nuove iniziative culturali e degli artisti emergenti.

Parole chiave: finanziamento delle attività culturali, sistema sociale tripartito, sussidi pubblici, donazioni, preferenze

Introduzione

Gran parte delle attività culturali non è in grado di stare sul mercato, ossia di finanziarsi autonomamente riuscendo ad ottenere ricavi da vendita del servizio maggiori o, almeno, uguali ai costi di produzione. Diventa, allora, necessario apportare dall'esterno risorse che permettano agli enti che svolgono tali attività di coprire i costi.

Nel corso del tempo, la letteratura economica ha affrontato una serie di questioni al riguardo: le motivazioni per cui il resto del sistema sociale deve provvedere a tale finanziamento; la struttura che deve assumere il sistema di finanziamento riguardo, per esempio, all'alternativa tra un sistema prevalentemente privato, basato su donazioni e sponsorizzazioni, e un sistema che faccia perno sul settore pubblico e sui sussidi; infine, nel caso dei finanziamenti pubblici, la struttura che devono avere i sussidi come strumenti di finanziamento. L'analisi svolta si concentra sui vantaggi e sui limiti di ciascuno dei sistemi considerati, su chi esprime le preferenze riguardo alle attività culturali e agli enti da finanziare, sugli incentivi che vengono trasmessi al settore culturale scegliendo una forma di finanziamento piuttosto che un'altra.

In questa nota, oltre a ripercorrere questa parte della letteratura dell'Economia della cultura, cerchiamo di ampliare l'analisi considerando uno schema richiamato da Tommaso Padoa-Schioppa in alcuni suoi scritti. Tale schema suddivide il sistema sociale in tre sfere di attività: quella giuridico-politica, quella economica e, appunto, quella culturale. Questa impostazione può costituire un interessante punto di partenza per discutere l'interazione esistente tra il settore culturale e gli altri due settori che compongono il sistema, anche riguardo alla quantità di risorse da far afferire alle attività culturali e alla loro allocazione.

1. Attività di mercato e non di mercato

Il settore culturale comprende una serie di attività tra loro alquanto eterogenee; tra queste, le arti visive (*visual arts*), le arti dal vivo (*performing*

arts), le *fine arts*, i beni culturali o *heritage*. Ad esse si aggiungono le attività che fanno parte della cosiddetta 'industria culturale': editoria, stampa, cinema, Tv e, oggi, anche Internet e le molteplici attività che hanno luogo sulla rete.

In una visione più ampia, potremmo includere o, comunque, considerare affini al settore culturale attività come quelle dell'istruzione e della ricerca, per arrivare fino alle istituzioni religiose, o alle organizzazioni politiche. L'affinità è dovuta sia alla similarità delle tematiche trattate in questi campi, con quelle del settore culturale, sia ad una vicinanza di collocazione nell'ambito del sistema sociale. Si consideri, per esempio, la struttura istituzionale degli enti religiosi, prescindendo, ovviamente, dalla peculiarità dell'attività da essi svolta. Essi presentano caratteristiche e problematiche analoghe a quelle degli enti culturali, come vediamo più avanti trattando degli strumenti di finanziamento dell'8 % e del 5 %.

Un'importante distinzione che possiamo fare tra le attività culturali, sia per quelle che rientrano nel settore culturale in senso stretto che in senso lato, riguarda la loro capacità di stare autonomamente sul mercato. Con tale espressione intendiamo la capacità di coprire i costi di produzione con i ricavi derivanti dalla vendita dei beni e servizi prodotti, al pari di una comune impresa².

Buona parte delle attività culturali non ha tale possibilità, avendo ricavi da vendita del servizio che coprono solo una parte dei costi di gestione, quando non sono addirittura assenti, perché il servizio viene fornito gratuitamente. Per fare un caso pratico, nel bilancio del Teatro dell'Opera di Roma relativo all'esercizio 2013, i ricavi da vendita del servizio (biglietti, abbonamenti, ecc.) rappresentano l'11,9% dei ricavi totali; la restante parte è costituita da sponsorizzazioni e, soprattutto, contributi pubblici provenienti dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, MiBACT, dalla Regione Lazio e dal Comune di Roma.

Come è noto, la questione può essere espressa attraverso un semplice confronto tra il prezzo (P) pagato dal consumatore per fruire di un determinato servizio culturale e il costo medio (CMe) che l'ente culturale deve sostenere per fornire quel servizio a ciascun consumatore.

Consideriamo il caso delle arti dal vivo. Un artista musicale di successo che intraprende un tour con concerti che si svolgono in varie città, può aspettarsi che il prezzo pagato da uno spettatore per assistere allo *show* sia superiore al costo medio. Ciò si verifica per una serie di motivi; tra questi,

² Anzi, in condizioni normali, lo squilibrio in questo caso favorevole tra ricavi e costi permette all'impresa, non solo di coprire per intero i costi di produzione, ma anche di realizzare dei profitti.

la possibilità di impiegare tecnologie avanzate di riproduzione e amplificazione del suono, nonché di proiezione e diffusione di immagini, video, luci, ecc. In tal modo, un artista musicale che si esibisce in un grande stadio può produrre in una sera uno spettacolo dal vivo, seppur mediato da strumenti tecnologici, per un numero elevato di consumatori, a volte anche 60-70 mila persone.

Benché i costi di produzione di questo genere di spettacoli siano consistenti, per il numero di artisti coinvolti (musicisti, ballerini, ospiti, ecc.), per le risorse tecniche impiegate, nonché per tutta la fase di allestimento e di prove che precede la messa in scena, il rapporto fra ricavi e costi fa sì che si determini una situazione del tipo

$$P > CMe$$

In questo caso, abbiamo quella che nella letteratura economica viene definita arte 'commerciale'. Tale espressione, che si contrappone a quella di arte 'alta' che richiamiamo tra breve, non esprime ovviamente un giudizio su tale attività, che l'analisi economica non ha alcun titolo ad emettere, ma indica la capacità di questo tipo di attività di stare sul mercato.

In altri termini, l'artista o il gruppo musicale di fama che si impegna in un *tour* può aspettarsi di operare come un'impresa e di avere, a conclusione del *tour*, dei ricavi che consentono, salvo imprevisti, di coprire tutti i costi di produzione e di realizzare anche un significativo margine di guadagno³.

È chiaro che un'artista del settore musicale opera in una forma di impresa *sui generis*: mancano alcuni elementi tipici dell'impresa, come l'organizzazione interna, la continuità dell'attività svolta, ecc.⁴

L'aspetto che intendiamo mettere in evidenza è che l'artista famoso che intraprende un *tour* gode di un'autonomia finanziaria; egli non ha bisogno, all'inizio della sua iniziativa, di impegnarsi in un'attività di *fund raising* che gli permetta di reperire sussidi e donazioni necessari per portare il bilancio in pareggio.

In ben altra situazione si trovano altre arti dal vivo come il teatro, sia per quanto riguarda la prosa, che la lirica, il balletto o l'attività concertistica.

³ È noto come negli ultimi anni, data la diminuzione degli introiti derivanti da riproduzioni musicali (cd e altro) a seguito del cambiamento tecnologico, la maggior parte delle entrate degli artisti musicali, anche dei più famosi, deriva da esibizioni dal vivo o da contratti con gli *sponsor*.

⁴ Ciò è un po' meno vero per i cosiddetti artisti superstar. In questo periodo, l'*Harvard Business School* ha condotto apposite ricerche sulla gestione di artisti come Beyoncé.

Le caratteristiche specifiche di tali attività e l'esigenza di operare senza alcuna mediazione tecnologica fanno sì che il rapporto tra ricavi e costi muti radicalmente rispetto al caso prima considerato.

Prendiamo il caso di un'opera lirica. I costi di produzione sono elevati per il numero di artisti coinvolti (interpreti principali, orchestra, coro, ecc.), per la quantità di tecnici e maestranze impiegate, per il lungo periodo di allestimento necessario in cui vengono prodotti i costumi e le scenografie e vengono svolte tutte le prove necessarie per andare in scena.

Dall'altro lato, i ricavi sono limitati rispetto ai costi. Uno dei principali limiti è la capienza del teatro. Un grande teatro come quello dell'Opera di Roma ha una capienza massima teorica di 1.550 posti, una buona parte dei quali offre una possibilità di vedere alquanto ridotta, ed è quindi scarsamente utilizzabile.

Per raggiungere un equilibrio tra ricavi e costi, il limitato numero di posti possibili potrebbe essere compensato da un innalzamento del prezzo del biglietto. A tale politica si oppone, oltre un certo livello, una serie di argomentazioni. In primo luogo, un aumento del prezzo del biglietto può causare una flessione della domanda, con effetti incerti sui ricavi totali (che dipendono dall'elasticità della domanda rispetto al prezzo). Inoltre, come vediamo più avanti, le esigenze di equità e, più in generale, le politiche culturali oggi prevalenti portano in un direzione opposta rispetto a tale strategia.

Di fatto, le attività teatrali sono normalmente caratterizzate da una situazione in cui il prezzo applicato allo spettatore è inferiore rispetto al costo medio sostenuto per fornirgli lo spettacolo; in altri termini, abbiamo che

$$P < CME$$

In questo modo nella letteratura viene caratterizzata la cosiddetta arte 'alta', ossia quelle attività che per le loro intrinseche caratteristiche non sono in grado di stare sul mercato, soffrendo di uno squilibrio strutturale tra costi e ricavi.

Per riuscire a coprire tutti i costi di gestione, e quindi arrivare almeno al pareggio di bilancio, tali attività devono poter contare, in maniera permanente, sull'apporto di risorse finanziarie esterne, nella forma di sussidi, donazioni, sponsorizzazioni, ecc.

Si apre così la rilevante questione del finanziamento delle attività culturali.

Vale la pena di osservare che le due tipologie di situazioni che abbiamo qui richiamato con riferimento alle arti dal vivo, facendo la distinzione tra arte alta e arte commerciale, caratterizzano anche gli altri campi del

settore culturale.

Possiamo presumere che una larga parte dell'industria culturale tenda a stare sul mercato. Grandi case editrici, stampa, cinema, televisione operano, almeno in una certa misura, in un'ottica di impresa, anche se in alcuni casi beneficiano di sostegni finanziari esterni (il canone televisivo per la Tv statale, agevolazioni fiscali e di altro genere per il settore dei giornali e dell'editoria, finanziamenti per il cinema soprattutto a favore di registi esordienti, ecc.).

Dall'altro alto, gran parte del settore dei beni culturali (musei, siti archeologici, centri storici, ecc.) rientrano nella categoria delle attività strutturalmente deficitarie, come i teatri, e necessitano quindi di un supporto finanziario esterno permanente. Fanno, forse, parzialmente eccezione i cosiddetti musei 'superstar' (*Louvre*, *Metropolitan Museum*, Musei Vaticani, ecc.) che possono contare su un elevato afflusso di pubblico. Anche i campi che in questo lavoro abbiamo avvicinato alle attività culturali in senso stretto (istruzione, ricerca, enti religiosi, partiti politici, ecc.) soffrono, in generale, dello stesso squilibrio finanziario qui richiamato.

2. Motivazioni del finanziamento delle attività culturali

Una volta accertato che buona parte delle attività culturali non è dotata di un'autonomia finanziaria⁵, sorge la questione dei motivi per cui il sistema sociale debba provvedere al loro finanziamento. Ciò significa prendere parte del reddito dei cittadini, o una parte delle risorse disponibili, e trasferirle, attraverso qualche meccanismo, agli enti che svolgono tali attività.

La teoria economica ha individuato una varietà di motivazioni⁶ per cui risulta auspicabile che si provveda a finanziare il settore culturale: 'i fallimenti di mercato', i beni di merito, la teoria di Baumol, l'equità⁷.

In primo luogo, molte attività culturali sono caratterizzate dalla presenza di 'fallimenti di mercato', nella forma di beni pubblici, esternalità,

⁵ Per essere più espliciti, il fatto che tali attività abbiano una difficoltà a stare sul mercato e a provvedere al proprio autofinanziamento, non comporta soltanto che esse vadano incontro a problemi di gestione e a situazioni di perdita. In molti casi, in assenza di supporto finanziario esterno, si può arrivare alla vera e propria scomparsa dell'ente culturale e dell'attività da esso svolta.

⁶ Tali motivazioni prendono in considerazione questioni che sono di pertinenza dell'analisi economica; vi possono essere, ovviamente, motivazioni di altro genere, come quelle relative alle politiche culturali, che vedono la questione da altri punti di vista.

⁷ Per una sintetica ma efficace sistematizzazione di tali motivazioni, si veda, tra gli altri, FREY (2011b).

imperfezioni informative. Una città d'arte come Venezia può essere visitata, almeno in teoria, senza sostenere alcuna spesa, date le sue caratteristiche di bene pubblico e, quindi, non escludibile e non rivale (almeno fino a congestione). La stessa cosa è vera per la vista esterna di un monumento come il Colosseo o la basilica di S. Pietro.

In generale, alle attività culturali si riconosce la capacità di generare esternalità positive⁸ nel senso di non apportare benefici solo a chi le consuma direttamente, ma anche a chi non le consuma, ma riceve dei vantaggi dall'innalzamento del livello culturale medio, dagli stimoli che l'arte può arrecare alla creatività, dai valori che essa può diffondere, dal contributo che può dare ad una migliore convivenza civile⁹.

La presenza di 'fallimenti di mercato' fa sì che la quantità prodotta sia diversa da quella potenzialmente domandata; diventa necessario un intervento del soggetto pubblico, almeno per esprimere la domanda, provvedendo al finanziamento della medesima, per riportare la situazione in equilibrio. Nel caso di esternalità positive, l'intervento pubblico può assumere la forma di un sussidio (in pratica, la tassazione pigouviana prevista per le esternalità negative con il segno cambiato).

Alle attività culturali viene generalmente riconosciuta la natura di beni meritori. Benché la letteratura sui beni meritori sia in qualche modo controversa, non tenendo nel dovuto conto – secondo alcuni – del principio della sovranità del consumatore, è indubbio che molti beni e attività culturali vengano considerati beni meritori. In altri termini, la collettività ritiene che sia auspicabile che gli individui consumino determinati beni e attività culturali, nella convinzione che essi possano avere un effetto benefico sugli individui stessi. Beneficio di cui i consumatori possono non essere pienamente consapevoli *ex-ante* e, talvolta, anche *ex-post*.

Riguardo alle attività teatrali, vale anche la motivazione al finanziamento costituita dalla cosiddetta 'malattia' di Baumol (BAUMOL E BOWEN, 1966). Come è noto, l'analisi di Baumol parte dal riconoscimento che nelle attività teatrali la produttività non aumenta in seguito al progresso tecnologico, essendo una produzione a coefficienti fissi. Invece, i salari cre-

⁸ In alcuni casi, si riconosce ai beni e alle attività culturali anche la capacità di generare esternalità appropriabili (il vantaggio che gli operatori turistici ricavano dalla vicinanza ad un bene o ad un'attività culturale importante) come vediamo più avanti. In altri, viene anche evidenziata la produzione di esternalità negative. Per esempio, le città d'arte e i loro abitanti sono esposti a fenomeni di congestione, produzione di rifiuti, inquinamento acustico, aumento del traffico, innalzamento dei prezzi dei beni, dei servizi e degli immobili, alterazione del tessuto sociale e produttivo (soprattutto nei centri storici), ecc.

⁹ Ciò è ritenuto ancor più vero per attività come quelle educative e di ricerca.

scono ugualmente, per imitazione rispetto a quello che avviene nel settore manifatturiero grazie all'innovazione tecnologica e all'aumento di produttività che ne consegue.

L'asimmetria che si determina tra quantità prodotta e ricavi statici, da un lato, e costi crescenti dall'altro, spinge le istituzioni teatrali verso una situazione di perdita e quella che Trimarchi (1993) chiama una «fragilità finanziaria strutturale».

La conclusione a cui arriva Baumol è che le istituzioni teatrali, lasciate a se stesse vanno verso lo squilibrio finanziario e la successiva scomparsa, non a causa di cattiva amministrazione, ma per le loro caratteristiche strutturali e le implicazioni che esse hanno¹⁰.

Un'altra argomentazione a favore del sostegno finanziario delle attività culturali è quella dell'equità. La convinzione esistente riguardo agli effetti benefici che l'esposizione alla cultura può avere sugli individui e sulla collettività nel suo complesso, fa sì che risulti controproducente che vi siano barriere economiche alla fruizione di tali attività. Ciò è vero soprattutto per le persone a medio e basso reddito che sono quelle che, probabilmente, tendono a consumare in minor misura le attività culturali, sia per la spesa da sostenere che per le eventuali barriere informative (nella forma di scarsa abitudine e dimestichezza a consumare beni e attività culturali, soprattutto di tipo alto).

Già di per sé, il settore delle attività culturali presenta problemi rilevanti e di difficile soluzione dal punto di vista distributivo. Il sostegno finanziario di attività culturali alte, come quelle teatrali, presenta caratteri di regressività. I sussidi pubblici, finanziati con le imposte versate dai cittadini, spesso lavoratori a reddito fisso e di livello medio-basso, finanziano attività come quelle teatrali, consumate in prevalenza da persone a reddito medio-alto, con una tendenziale redistribuzione regressiva del reddito.

Le politiche culturali oggi prevalenti vanno nella direzione di ridurre e contenere, per quanto possibile, gli ostacoli economici alla fruizione delle attività culturali. A dire il vero, le politiche culturali vanno oltre, cercando di avvicinare al consumo culturale soprattutto le fasce di popolazione che normalmente non ne fruiscono. Vanno in questa direzione iniziative come le 'notti bianche' o le 'settimane della cultura', con la creazione di eventi e con la possibilità di ingressi gratuiti, proprio allo scopo di avviare i neofiti al consumo culturale.

In un Paese come l'Italia, ma ovviamente anche in altri Paesi, un altro

¹⁰ Considerazioni analoghe possono essere estese, in qualche misura, ad altre attività culturali come quelle museali (ma anche all'istruzione). Sull'impatto che le nuove tecnologie possono avere sulle attività teatrali, non *on stage*, ma in altre aree come il *backstage*, la biglietteria, l'amministrazione e altro esiste un'ampia letteratura (THROSBY, 1994).

importante argomento è quello della valorizzazione dei beni e delle attività culturali. Essi, oltre a generare esternalità positive non appropriabili, come prima richiamato, e, in alcuni casi, esternalità negative, producono anche esternalità positive appropriabili (MOSSETTO, 1992).

Infatti, essi costituiscono un fattore produttivo rilevante, anche se un po' particolare, di tutti quei soggetti economici che operano 'intorno' ai beni e alle attività culturali. Un ristorante che si trova di fronte al Colosseo non vende soltanto i suoi servizi di ristorazione, ma anche l'esperienza di fare un pranzo con vista su uno dei monumenti più famosi del mondo. Lo stesso succede per il tavolino di un caffè a Piazza San Marco a Venezia. L'esistenza, la conservazione e lo sviluppo dei beni culturali, ma anche di iniziative ed eventi culturali, costituiscono un *input* essenziale per tutta quella parte del settore turistico (alberghi, ristoranti, servizi di trasporto, *tour operator*, ecc.) che svolgono un'attività collegata al patrimonio culturale¹¹.

Da questo punto di vista, il sostegno e il finanziamento delle attività e dei beni culturali rappresenta un contributo allo sviluppo del settore turistico e, di conseguenza, alla crescita del Paese¹².

2.1. *L'approccio del sistema sociale 'tripartito'*

Uno schema di analisi che può fornire ulteriori elementi di analisi è quello del sistema sociale tripartito, più volte richiamato da Tommaso Padoa-Schioppa nei suoi scritti (PADOA-SCHIOPPA, 2001 e 2002).

Padoa-Schioppa, riprendendo un'impostazione proposta dallo studioso svizzero Steiner (1917), individua all'interno del sistema sociale tre sfere di attività: una sfera giuridico-politica, una sfera economica e una sfera culturale (Fig. 1).

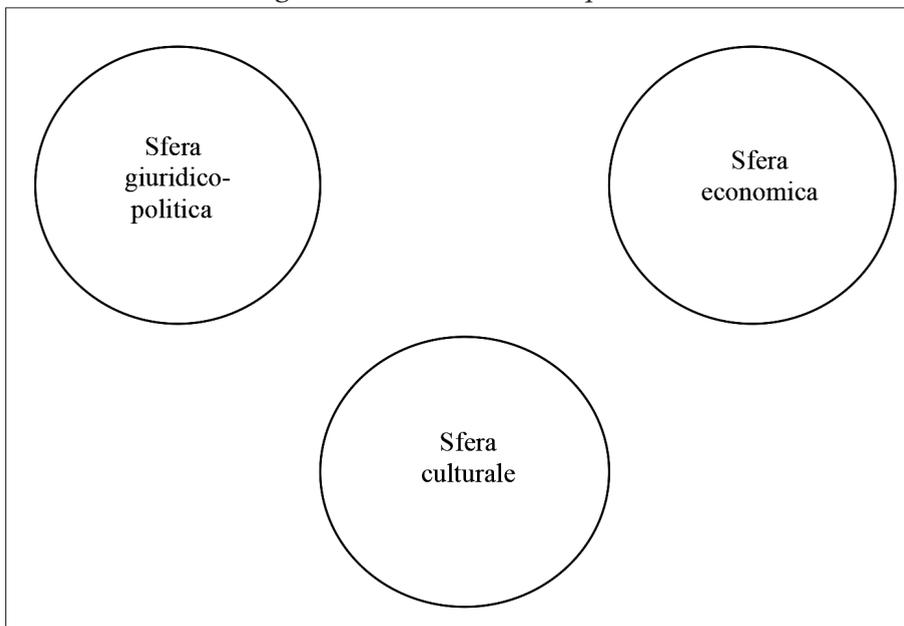
La sfera giuridico-politica ha la funzione di regolare i rapporti tra gli individui, ossia di stabilire le norme e le regole della convivenza sociale e di far sì che esse vengano applicate. La sfera economica comprende tutto ciò che riguarda la produzione di beni e servizi. La sfera culturale si occupa dello sviluppo e della manifestazione delle attitudini degli individui.

¹¹ Il settore turistico a cui facciamo riferimento è ampio e articolato al suo interno e non possiamo svolgere qui un'analisi dettagliata. Per fare un esempio, si pensi a quanto può essere rilevante anche per l'attività convegnistica l'esistenza di un patrimonio culturale e di una dinamica vita artistica e ricreativa.

¹² In Italia, è in corso ormai da anni un dibattito sulla possibilità che il settore turistico, connesso alla ricchezza di patrimonio culturale (monumenti, musei, città d'arte, ecc.), oltre a quello naturale e paesaggistico, possa diventare il settore trainante dell'intero sistema economico.

I tre campi di attività così delineati sono al contempo autonomi

Fig. 1 – Il sistema sociale tripartito



l'uno dall'altro e interdipendenti. Per esempio, la sfera economica deve tener conto delle norme e dei limiti giuridici che provengono dal settore giuridico-politico (come la normativa sul diritto del lavoro, la protezione dell'ambiente o la tutela dei consumatori), e necessita degli *input* che vengono 'prodotti' dal settore culturale (il capitale umano derivante dall'attività educativa, l'innovazione e la capacità creativa, ecc.).

Ciascuna sfera replica al suo interno la tripartizione esistente a livello generale. Così, all'interno della sfera culturale vi sono anche aspetti economici (la disponibilità di risorse, il vincolo di bilancio e così via) e giuridici (le norme che provengono dal settore giuridico-politico, eventuali regole interne che il settore culturale decide di darsi come codici etici, deontologici, ecc.). È chiaro che, pur essendovi una compresenza di elementi giuridici, economici e culturali all'interno di ciascuna delle tre sfere di attività, di volta in volta essi agiscono da obiettivo o da vincolo, a seconda della sfera considerata. Così, la sfera economica ha l'obiettivo principale di produrre beni e servizi, di generare reddito, ricchezza e benessere e di attuarne la distribuzione tra gli individui; la normativa esistente e la disponibilità di

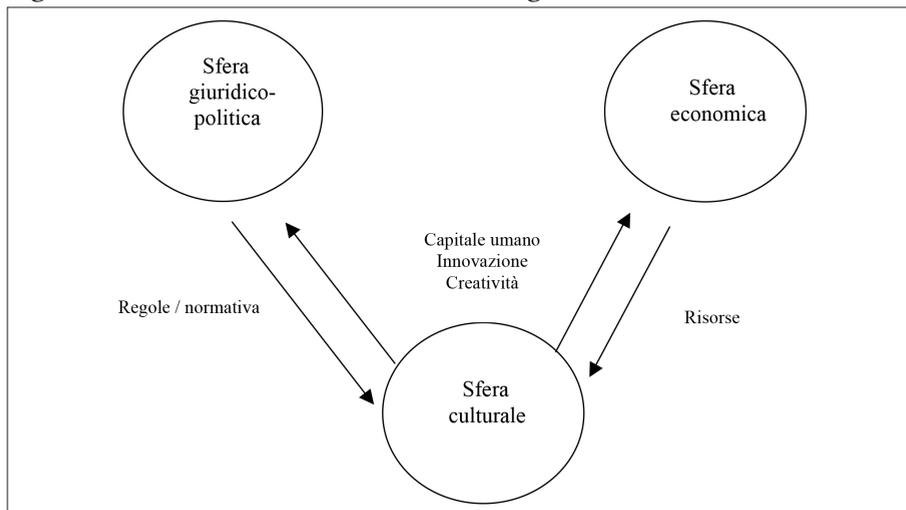
risorse culturali costituiscono un vincolo per la sua attività.

In questo schema di analisi, all'interno del settore culturale vengono collocate tutte quelle attività che provvedono all'individuazione e allo sviluppo delle capacità e delle attitudini umane (istruzione, formazione, ecc.) e che ne costituiscono la successiva esplicazione (arte, scienza, ricerca, creatività, ecc.). In pratica, ogni momento creativo e di espressione delle attitudini degli individui, anche se espletato nell'ambito giuridico (e.g., ideazione di una nuova norma) o economico (attività di innovazione) può essere, in qualche modo, ricondotto alla sfera culturale.

Dal punto di vista del sistema sociale tripartito, qui sinteticamente richiamato, le attività della sfera culturale non sono 'opzionali' per il sistema sociale, ma costituiscono un *input* essenziale per le altre sfere e per il sistema sociale nel suo complesso. Il capitale umano derivante dall'attività educativa, la capacità di lavoro, di creazione e di innovazione, la vita artistica e culturale sono, infatti, fondamentali per il buon funzionamento e la crescita di un sistema economico e sociale, ancora di più nell'epoca attuale (Fig. 2).

Le attività culturali, come tutte le attività sociali, hanno bisogno

Fig. 2 – Interazione tra il settore culturale e gli altri settori del sistema sociale



di risorse per svolgere la loro funzione. Anche per questa via, si giunge all'affermazione che il sistema sociale deve provvedere all'assegnazione e al trasferimento di risorse al settore culturale. Questo, come abbiamo visto in precedenza, non è opportuno solo per il buon funzionamento delle settore culturale stesso, ma anche perché esso fornisce *input* rilevanti per le attività

del settore giuridico-politico e di quello economico.

3. Le forme di finanziamento

Una volta individuate le motivazioni per le quali dare alle attività e ai beni culturali un sostegno finanziario esterno, sorge la questione di come strutturare tale sostegno, anche dal punto di vista istituzionale.

Esistono vari sistemi di finanziamento della cultura, da quello europeo, basato sui sussidi pubblici, a quello del mondo anglosassone, che ha come principale strumento le donazioni private, eventualmente favorite da agevolazioni fiscali.

Nell'ambito di ciascun sistema, possono essere impiegati e applicati una varietà di strumenti che hanno effetti diversi sulle istituzioni culturali.

In un famoso studio sul Festival di Salisburgo, Frey (2000) mostra come la forma in cui viene dato il sussidio influenza in maniera rilevante il comportamento dell'ente culturale, dando luogo anche ad effetti negativi indesiderati.

Il Festival di Salisburgo aveva accumulato ingenti perdite. Venne richiesto l'intervento delle autorità pubbliche. Data la rilevanza e il prestigio del Festival, anche a livello internazionale, le autorità decisero di intervenire ripianando il deficit dell'ente culturale e riportando così la sua gestione in pareggio.

In seguito, l'ente del Festival andò incontro a ulteriori ingenti perdite, anche a causa della scelta di dar luogo a produzioni più sfarzose (aumento dei costi) e ad una maggiore distribuzione di ingressi gratuiti al pubblico (riduzione dei ricavi).

L'interpretazione che propone Frey nel suo studio è che quando le autorità pubbliche mostrano la loro disponibilità a ripianare i *deficit* accumulati da un ente culturale, in qualche modo trasmettono a tale ente un incentivo ad andare in perdita, piuttosto che a mantenere una gestione economicamente equilibrata.

L'implicazione di analisi di questo genere è che una volta che è stato deciso di sussidiare le attività culturali, è importante strutturare il sussidio in modo da indurre gli enti culturali ad avere comportamenti virtuosi.

A tale scopo, può essere utile analizzare sinteticamente gli strumenti che possono essere utilizzati per finanziare le attività culturali (vari tipi di sussidi, donazioni, nuovi strumenti, ecc.) per tornare successivamente alla questione dei sistemi di finanziamento adottati nei vari Paesi.

Consideriamo quattro tipi di sussidi pubblici: il sussidio in somma

fissa, il *matching grant*, il sussidio in proporzione al numero di visitatori o spettatori, il sussidio in forma di *voucher* al consumatore¹³.

Il sussidio in somma fissa è un sussidio che viene concesso da un ente pubblico senza collegarlo a uno specifico parametro; in base alle sue valutazioni, il soggetto pubblico, sia esso Stato, Regione o Comune stabilisce quali attività e quali enti culturali sussidiare, e in quale misura. Il *matching grant*, invece, è un tipo di sussidio che viene messo in relazione con la quantità di finanziamenti privati, (sponsorizzazioni, *partnership*, ecc.) che l'ente culturale riesce a ottenere. In pratica, il soggetto pubblico dà il sussidio in proporzione ai finanziamenti privati raccolti. Nel caso del sussidio in proporzione al numero di visitatori o spettatori, l'ente pubblico finanziatore stabilisce un contributo all'ente culturale per ogni visitatore o spettatore che esso ha. Per esempio, l'ente pubblico può stabilire di dare ai musei un sussidio unitario di 5 euro per ogni visitatore. È chiaro che l'ammontare del sussidio totale dipende dal numero di visitatori che ha ciascun museo. Infine, il sussidio nella forma di *voucher* ai consumatori è un buono che viene dato ai consumatori. Il museo (o il teatro, o altro ente culturale) che riceve il buono lo può convertire nel controvalore rivolgendosi all'ente pubblico che ha istituito tale tipo di sussidio¹⁴.

Ciascuno dei tipi di sussidi qui richiamati, può essere analizzato da due punti di vista: chi esprime le preferenze nell'allocazione dei fondi pubblici tra le varie attività e enti culturali da finanziare; quale tipo di incentivo viene trasmesso all'ente culturale strutturando il sussidio in un modo, piuttosto che in un altro.

Riguardo al sussidio in somma fissa le preferenze relative all'allocazione dei fondi vengono espresse direttamente dal soggetto pubblico finanziatore, e quindi dal potere politico, o dal sistema di amministrazione burocratica. Spesso gli enti pubblici demandano tale funzione ad un'apposita commissione di esperti che ha più competenza e più informazioni per effettuare le scelte al riguardo.

Il fatto che sia il potere politico, o una sua emanazione più o meno diretta, a esprimere le preferenze riguardo alle attività e agli enti culturali da finanziare presta il fianco ad alcune osservazioni critiche. La letteratura sulla *Public Choice* evidenzia come un politico possa perseguire, nelle sue deci-

¹³ Per brevità, e perché meno connesse all'analisi che qui viene svolta, tralasciamo le alternative tra sussidi centralizzati e decentrati, sussidi monetari e in natura, sussidi alla produzione e al consumo. L'attenzione viene rivolta ai sussidi monetari erogati da un ente pubblico.

¹⁴ Di fatto, il sussidio nella forma di *voucher* dato al consumatore, è molto simile al sussidio in proporzione al numero di visitatori o spettatori. La differenza è che il primo è un sussidio al consumo, l'altro un sussidio alla produzione.

sioni, obiettivi diversi da quelli relativi al bene collettivo, e più attinenti ai suoi interessi specifici: rafforzamento del potere, ricerca del consenso, ecc.¹⁵ Nel caso di un sussidio, il leader politico potrebbe scegliere di finanziare enti culturali a lui ideologicamente affini, piuttosto che seguire un criterio rigorosamente artistico e culturale.

Riguardo agli incentivi che vengono trasmessi all'ente culturale, il sussidio a somma fissa non trasmette particolari stimoli, non essendo collegato ad uno specifico parametro o obiettivo dell'ente culturale.

Con il *matching grant*, le preferenze sull'allocazione dei sussidi pubblici vengono espresse, di fatto, dai finanziatori privati. Nel momento in cui un'impresa, una società o una fondazione decide di finanziare un ente o un evento culturale, a volte senza nemmeno saperlo, essa determina anche l'allocazione dei fondi pubblici. Rispetto al sussidio in somma fissa, in questo caso il potere politico e le sue emanazioni escono dalla determinazione diretta dell'allocazione dei fondi tra attività e enti culturali e rinunciano così al loro potere discrezionale.

Anche il meccanismo del *matching grant* presenta aspetti critici. I soggetti privati che normalmente finanziano le attività culturali sono aziende, grandi società, fondazioni (in Italia hanno un ruolo di rilievo le fondazioni bancarie). È probabile che enti di questo genere abbiano comportamenti 'conservatori'. Lo *sponsor* associa, in una certa misura, il suo nome a quello dell'ente culturale o dell'artista finanziato. Per tale motivo, e per evitare possibili ritorni negativi di immagine, gli enti finanziatori tendono a sostenere artisti o enti famosi, piuttosto che nuove proposte o artisti emergenti dall'esito incerto e che possono portare avanti anche linee artistiche e culturali discutibili e controverse.

Tutto ciò rinvia a uno dei problemi più rilevanti di un sistema di finanziamento delle attività culturali: quello del sostegno delle nuove iniziative e degli artisti emergenti.

Per un artista o un ente culturale di chiara fama è facile trovare finanziatori, anche se ciò non è sempre così scontato¹⁶. Un sistema di finanziamento delle attività culturali deve, però, proporsi anche di favorire il sostegno finanziario delle nuove iniziative e degli artisti emergenti, che potranno dare in futuro importanti contributi; la promozione e il sostegno dell'innovazione è un punto cruciale del finanziamento delle attività culturali.

Riguardo agli incentivi, un sussidio strutturato nella forma del *matching*

¹⁵ Per un'applicazione della *Public Choice* alle politiche culturali, MAZZA (2011).

¹⁶ Si narra che il grande regista Federico Fellini, negli ultimi anni della sua carriera, avesse difficoltà a trovare produttori per le sue opere.

grant stimola l'ente culturale ad impegnarsi in un'attività di *fund raising* privato, sapendo che dalla sua capacità di trovare *sponsor* privati dipende anche la possibilità di accedere ai sussidi pubblici.

Il sussidio in proporzione al numero di visitatori o spettatori affida, di fatto, l'allocazione dei fondi pubblici tra attività alternative alle preferenze dei consumatori. I visitatori di una città che vanno in un museo, piuttosto che in un altro, anche senza saperlo danno a quel museo il diritto di ricevere il sussidio messo a disposizione dal soggetto pubblico finanziatore.

È chiaro che un sussidio così strutturato incentiva l'ente culturale a promuovere la sua attività per avere più domanda, per esempio attraverso azioni di *marketing*, l'avvio di nuove iniziative e così via.

Infine, il sussidio nella forma di *voucher* assegnati ai consumatori, pur essendo un sussidio al consumo piuttosto che alla produzione, ha caratteristiche simili a quello considerato in precedenza: le preferenze sull'allocazione dei fondi vengono espresse dai consumatori, e gli enti culturali sono incentivati a fare azioni di *marketing* e a promuovere nuove iniziative per attrarre la domanda.

Sia il sussidio in proporzione al numero di spettatori o visitatori che quello nella forma di *voucher* assegnati ai consumatori spingono il sistema verso una realtà maggiormente 'concorrenziale', in cui gli enti culturali interessati devono competere tra loro per acquisire il consenso dei consumatori.

L'analisi appena svolta sui quattro tipi di sussidio considerati, mostra come il finanziamento delle attività culturali possa essere strutturato in maniera molto diversa, sia per quanto riguarda i soggetti che determinano l'allocazione dei fondi pubblici (potere politico-burocratico, grandi imprese, fondazioni, consumatori, ecc.), sia riguardo agli incentivi che vengono trasmessi agli enti culturali che possono influenzarne, almeno in parte, il comportamento (più attività di *fund raising*, maggiore concorrenzialità, ecc.). È chiaro che nella scelta dello strumento da impiegare influiscono anche le caratteristiche del settore culturale da sostenere finanziariamente. Per esempio, nel caso di musei che hanno una funzione prevalente archivistica o di conservazione, mentre la funzione di esposizione risulta limitata, diventa quasi obbligata l'applicazione di un sussidio a somma fissa; infatti, avrebbe poco senso ricorrere ad un sussidio in proporzione al numero dei visitatori, non essendo possibile espandere l'afflusso del pubblico oltre un certo limite.

Da un altro punto di vista, vanno anche considerati i costi amministrativi di ciascun tipo di strumento. In questo senso, un sussidio in somma fissa implica una gestione semplice e costi amministrativi contenuti. Al contrario, un *matching grant* e ancor più i sussidi in proporzione al numero

dei visitatori o nella forma di *voucher* comportano costi amministrativi e di gestione elevati. Per esempio, nel caso dei *voucher*, risulta necessario porre in essere un sistema amministrativo che stabilisca attraverso quali canali assegnare i *voucher*, provveda alla loro distribuzione, eroghi il controvalore dei *voucher*, effettui controlli per evitare eventuali abusi, ecc.

Da alcuni anni, lo sviluppo dell'ICT ha permesso di introdurre anche altri tipi di sussidi come l'8‰ e il 5‰. Il primo è riservato agli enti religiosi e allo Stato. Il 5‰ è, invece, a favore degli enti *non profit* che operano nei campi delle attività sociali, della ricerca e della cultura.

Un aspetto interessante di questi nuovi strumenti è che essi associano fondi pubblici e preferenze individuali. Al momento della compilazione della dichiarazione dei redditi, il contribuente può esprimere una preferenza riguardo all'8‰ e al 5‰. In tal modo, egli influisce sull'assegnazione di fondi pubblici, tratti dalle entrate fiscali dello Stato per l'IRPEF, sia a favore di un ente religioso che di un ente *non profit* da lui ritenuto meritevole di sostegno finanziario.

Nel caso di questi strumenti, il numero di cittadini potenzialmente coinvolti nell'indicazione delle preferenze è veramente elevato, e coincide con il numero di persone che hanno il diritto-dovere di presentare la dichiarazione dei redditi: in Italia, parliamo di decine di milioni di persone, e quindi l'espressione delle preferenze si avvicina molto a un vero e proprio referendum popolare.

Le donazioni private assumono le forme del mecenatismo unilaterale o quella del finanziamento con contropartita (sponsorizzazioni e *partnership*). Nel primo caso, il donatore privato non riceve alcun tipo di prestazione in cambio del suo apporto di fondi. È questo il caso delle raccolte di fondi che oggi si vanno rapidamente diffondendo anche nel nostro Paese mediante avvisi e manifestazioni pubbliche (Telethon, raccolte nelle piazze delle principali città, ecc.) a favore di attività sociali e culturali. In alcuni casi, è previsto l'invio ai donatori di un'informazione di carattere generale sui fondi raccolti e sulle principali attività svolte dall'ente beneficiario delle donazioni.

Le donazioni con contropartita prevedono un rapporto bilaterale tra il soggetto finanziatore e l'ente culturale. A fronte del sostegno finanziario fornito, il donatore ottiene la possibilità, definita contrattualmente, di avere un ritorno di immagine, sotto forma di promozione del suo marchio che viene, in qualche modo, associato all'evento o all'ente culturale finanziato. L'attività pubblicitaria di regola riguarda il nome dell'ente finanziatore, ma non quello di un singolo prodotto.

Le donazioni con contropartita si suddividono in sponsorizzazioni e *partnership*, a seconda della durata. Le prime hanno luogo ad un istante

nel tempo: per esempio, il finanziamento di un evento musicale, sportivo o di una mostra d'arte temporanea. La *partnership* implica un impegno permanente, per un dato periodo, tra soggetto finanziatore e ente culturale finanziato. Tipico, in questo senso, il rapporto tra le squadre di calcio e lo *sponsor* che acquisisce, per la durata del contratto, il diritto di vedere il suo marchio scritto sulle maglie dei calciatori e in altri spazi predefiniti¹⁷.

Date le caratteristiche degli strumenti qui richiamati, è chiaro che i soggetti tipici del mecenatismo unilaterale sono gli individui e le famiglie, mentre ricorrono alle donazioni con contropartita aziende e società, dalle piccole aziende che sponsorizzano eventi locali, a grandi imprese, fondazioni, *corporations*, società finanziarie e bancarie che forniscono il loro sostegno a grandi iniziative culturali.

Nelle donazioni, le preferenze riguardo all'allocazione dei fondi vengono espresse dal settore privato, sia esso rappresentato da individui e famiglie, da aziende piccole o grandi, da società finanziarie o fondazioni. Si applicano, quindi, a questi casi le osservazioni prima richiamate sulle preferenze espresse dai consumatori o da aziende e società.

Possiamo aggiungere che nelle forme di finanziamento qui considerate vi possono essere anche fenomeni di 'moda' o di maggiore o minore efficacia delle tecniche di comunicazione. Il *testimonial* giusto, l'accesso ai canali televisivi, lo svolgimento di un'attività collegata a fatti di cronaca possono spostare le preferenze del pubblico, soprattutto di individui e famiglie, a favore di un certo tipo di attività, piuttosto che di altre.

Nella letteratura viene messo in evidenza anche il condizionamento che la forma di finanziamento può esercitare sull'attività dell'artista o dell'ente culturale. Allo scopo di ottenere i finanziamenti necessari allo svolgimento della loro attività, artisti e enti culturali possono modificare, almeno parzialmente, il loro progetto culturale, per renderlo più appetibile agli occhi dei potenziali finanziatori.

Le due forme prevalenti di sistemi di finanziamento sono quella europea, basata sull'intervento pubblico e sui sussidi, e quella anglosassone, incentrata sulle scelte dei privati e sulle loro donazioni.

La prima ha recepito le forme di mecenatismo tipiche delle grandi corti

¹⁷ Anche in questo campo, l'evoluzione tecnologica ha offerto nuove possibilità. Tra queste il *crowd-funding*, una forma di raccolta via Internet. Un artista può descrivere su appositi siti il suo progetto e chiedere il sostegno finanziario per realizzarlo. Persone e società interessate a sostenere tali iniziative, spesso di artisti emergenti, acquisiscono così le informazioni necessarie e possono decidere se dare un contributo finanziario. Il collegamento mediante Internet permette una disseminazione dell'informazione e una raccolta capillare di fondi (da cui il nome *crowd-funding*).

della storia europea, come in Italia i Papi di una certa epoca o la famiglia dei Medici a Firenze. Lo strumento principale è il sussidio e il finanziamento pubblico, gestito ai vari livelli dell'amministrazione pubblica, dal piccolo Comune all'Unione Europea.

In tale sistema, la scelta riguardo all'allocazione dei finanziamenti tra varie attività culturali e tra i diversi enti che le svolgono avviene secondo le modalità prima richiamate. È chiaro, però, che in ogni caso il settore pubblico, nelle sue articolazioni di potere politico e apparato amministrativo, ha un'influenza rilevante sulla determinazione, l'orientamento e l'entità dei flussi di finanziamento.

Nel mondo anglosassone, e soprattutto negli Stati Uniti ma anche in Paesi come l'Australia e la Nuova Zelanda, il principale strumento di finanziamento delle attività culturali è costituito dalle donazioni private effettuate da individui e società che beneficiano normalmente di agevolazioni fiscali in sede di dichiarazione dei redditi. Tale sistema combina le preferenze degli individui e delle società (spesso delle grandi *corporations* che hanno ingenti somme da allocare) con i fondi pubblici, dato che le agevolazioni fiscali di cui godono spesso coprono una quota rilevante delle donazioni effettuate.

Il sistema assume modalità diverse nei singoli Paesi. Per esempio, in Australia l'amministrazione pubblica predispone un Registro degli enti che possono beneficiare di donazioni private, e gli individui e le società scelgono a quale specifico ente dare il contributo.

Negli ultimi anni, i due sistemi hanno teso a convergere, almeno in Europa, dove a fianco del tradizionale sistema di sussidi pubblici hanno avuto sempre maggiore diffusione tecniche di *fund raising* rivolte alle donazioni private. Ciò si è verificato, a nostro avviso, sia per un'evoluzione del sistema di finanziamento delle attività culturali ma, probabilmente, anche per le difficoltà di bilancio di molti Stati.

Riguardo alle preferenze, nei due sistemi di finanziamento qui richiamati si applicano le considerazioni prima svolte riguardo ai vari strumenti che essi impiegano.

3.1. La questione delle preferenze

Nell'analisi svolta abbiamo messo in evidenza gli aspetti problematici dei sistemi di finanziamento delle attività culturali e degli strumenti da utilizzare a tale scopo. Non risulta, infatti, possibile individuare un sistema o uno strumento superiore agli altri, e la letteratura ha dovuto limitarsi a discutere vantaggi e svantaggi di ognuno di essi.

L'allocazione dei finanziamenti che si determina tra le diverse attività culturali e tra gli enti che svolgono tali attività è rilevante, perché contribuisce in maniera significativa alla definizione degli indirizzi della vita culturale e all'espansione di certe aree di attività e di alcuni enti rispetto ad altri.

In questo senso, risulta cruciale il metodo di espressione delle preferenze che portano alla determinazione dell'allocazione dei fondi. Come abbiamo visto, passando in rassegna i principali strumenti di finanziamento, ciascun metodo di espressione delle preferenze ha dei punti deboli. Obiettivi diversi da quelli culturali perseguiti dal potere politico e dalla pubblica amministrazione, l'influenza di fenomeni di moda e di efficaci campagne di *marketing* sulle tendenze del pubblico, una politica conservatrice e scarsamente orientata al sostegno di artisti e iniziative emergenti da parte delle grandi aziende, società e fondazioni, sono alcune delle questioni che vengono evidenziate nel dibattito.

Da questo punto di vista, lo schema del sistema sociale tripartito che abbiamo richiamato in precedenza, può forse stimolare una riflessione sull'opportunità che il settore culturale, nel suo complesso, sviluppi al suo interno una capacità di orientare l'allocazione dei fondi tra le diverse attività e le diverse istituzioni culturali.

Almeno in teoria, il settore culturale dispone di maggiori informazioni sulle attività e sugli enti culturali, e ha una maggiore capacità di elaborare tali informazioni. Ciò è ancora più vero per le nuove iniziative e gli artisti emergenti che necessitano, più di altri, di sostegno finanziario, potendo godere di un ridotto riscontro di mercato, vista la loro scarsa notorietà.

Una problematica simile si è presentata negli anni '80 riguardo alle imprese innovative, soprattutto in campo tecnologico. In tali casi, non risulta facile ottenere finanziamenti dai normali circuiti bancari, perché essi non sono tecnicamente in grado di valutare l'iniziativa che viene proposta e le sue potenzialità di sviluppo. Un modo per superare tali difficoltà è stata la diffusione del *venture capital*, per esempio in aree ad alto tasso di innovazione tecnologica come quella di San Francisco. I *venture capitalist* sono finanziatori che entrano nelle nuove imprese con una quota che partecipa al rischio di impresa. Spesso, essi sono stati, in passato, innovatori nei settori in cui offrono finanziamenti; hanno, quindi, la capacità di elaborare le informazioni di carattere tecnologico relative alle proposte che vengono presentate e di valutare le loro probabilità di successo sul mercato (per una rassegna sull'argomento, VERCELLI, BELVISI E CARNAZZA, 1989).

In maniera analoga, il settore culturale, che come abbiamo visto svolge un ruolo rilevante rispetto alle altre sfere e al sistema sociale nel suo complesso, potrebbe sviluppare una capacità di segnalare le attività e le istituzioni

più promettenti, indirizzando verso di esse, in qualche misura, le risorse disponibili. È chiaro che tale attività di ‘segnalazione’, diciamo così, dal lato dell’offerta deve trovare una corretta integrazione con le preferenze espresse, dal lato della domanda, dai consumatori, sia direttamente, sia in maniera mediata, che ne riconoscano l’importanza e la validità¹⁸.

Conclusioni

Il finanziamento delle attività culturali è un momento cruciale della vita e del funzionamento di un sistema sociale. Esso non riguarda soltanto la conservazione e la valorizzazione del patrimonio culturale che ci viene dal passato, ma anche lo svolgimento di quelle attività che contribuiscono alla vita di un popolo, oltre che alla sua identità. Dalle attività culturali vengono contributi positivi alla convivenza civile, stimoli alla creatività e all’innovazione, *input* essenziali alle attività economiche, giuridiche e istituzionali. In un paese come l’Italia, i beni e le attività culturali costituiscono anche una risorsa centrale per tutto il settore del turismo nazionale e internazionale.

Per tali motivi, risulta necessario assicurare al settore culturale un adeguato afflusso di finanziamenti che gli consenta di svolgere appieno le sue attività. È chiaro che tale afflusso comporta una redistribuzione di reddito dai consumatori al settore culturale sotto forma di apporti diretti (donazioni, ecc.), oppure nella forma di maggiori imposte (per finanziare il sistema dei sussidi), o nella forma di prezzi più elevati dei beni e servizi che essi acquistano da aziende e società che fanno un’azione di sponsorizzazione delle attività culturali.

Ma l’interazione va vista in senso dinamico, ossia come un apporto di risorse ad un settore culturale che per mezzo di esse ‘produce’ degli *input* che vanno a beneficio della comunità.

Una questione discussa nella letteratura è quella dell’efficacia dei meccanismi di finanziamento attualmente adottati nei vari contesti istituzionali; un

¹⁸ La storia dell’arte è ricca di figure di grandi artisti che non sono stati riconosciuti dal pubblico della loro epoca. Tra questi, spicca il caso di Vincent van Gogh che non arrivò in nessun periodo della sua esistenza a vivere economicamente della sua arte non riuscendo, si dice, a vendere nemmeno un quadro. Le generazioni successive devono il piacere di godere delle sue opere ai sacrifici economici compiuti dal pittore stesso e al sostegno che gli ha assicurato, praticamente per tutta la vita la famiglia e, in particolare, il fratello, anche trovandogli delle occasioni di lavoro in altri campi, attivando così una sorta di meccanismo di autofinanziamento dell’attività artistica.

aspetto rilevante è da quali soggetti e con quali modalità vengono espresse le preferenze riguardo alle attività e agli enti culturali da finanziare.

L'ottica di un sistema sociale tripartito segnala i vantaggi che potrebbero derivare da un ruolo più attivo del settore culturale stesso, visto nel suo complesso, nell'allocazione delle risorse; almeno in teoria, il settore culturale dovrebbe avere un vantaggio comparato rispetto agli altri soggetti (consumatori, potere politico e amministrativo, imprese, società finanziarie, ecc.) disponendo di un *set* informativo più ampio riguardo alle stesse attività culturali e di una maggiore capacità di elaborare tali informazioni. In tale senso, sembra auspicabile lo sviluppo, da parte del settore culturale, visto nel suo insieme, di una qualche capacità di autogoverno.

BIBLIOGRAFIA

- W.J. BAUMOL, W.G. BOWEN, *Performing Arts: The Economic Dilemma*, Twentieth Century Fund, New York 1966.
- P.L. BELVISI, *Il finanziamento delle attività culturali: lo strumento dell'8 per mille*, in «Economia, Impresa e Mercati Finanziari», n. 1, 2004, pp. 53-64.
- P.L. BELVISI, *Finanziamento delle attività sociali e culturali tra scelte pubbliche e responsabilità individuale*, in «Economia, Impresa e Mercati Finanziari», n. 2, 2006, pp. 109-128.
- F. BENHAMOU, *L'economia della cultura*, il Mulino, Bologna 2012.
- G. CANDELA, A.E. SCORCU, *Economia delle arti*, Zanichelli, Bologna 2004.
- B.S. FREY, *The Rise and Fall of Festivals. Reflections on Salzburg Festival*, Working paper n. 48, Università di Zurigo 2000.
- B.S. FREY, *Festivals*, in R. TOWSE (a cura di), *A Handbook of Cultural Economics*, seconda edizione, E. Elgar, Cheltenham 2011a.
- B.S. FREY, *Public Support*, in R. TOWSE (a cura di), *A Handbook of Cultural Economics*, seconda edizione, E. Elgar, Cheltenham 2011b.
- I. MAZZA, *Public Choice*, in R. TOWSE (a cura di), *A Handbook of Cultural Economics*, E. Elgar, Cheltenham 2011.
- G. MOSSETTO, *L'economia delle città d'arte*, Etas, Milano 1992.
- T. PADOA-SCHIOPPA, *Europa, forza gentile*, il Mulino, Bologna 2001.
- T. PADOA-SCHIOPPA, *Dodici settembre. Il mondo non è al punto zero*, Rizzoli, Milano 2002.
- J.M. SCHUSTER, *The Other Side of the Subsidized Muse: Indirect Aid Revisited*, in «Journal of Cultural Economics», vol. 25, n. 1, 1999, pp. 51-70.
- R. STEINER, *I punti essenziali della questione sociale*, ultima edizione italiana

1999, Antroposofica, Milano 1917.

D. THROSBY, *The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics*, in «Journal of Economic Literature», vol. 32, n. 1, 1994, pp. 1-29.

D. THROSBY, *Economia e cultura*, il Mulino, Bologna 2005.

D. THROSBY, *The Economics of Cultural Policy*, Cambridge University Press, Cambridge 2010.

M. TRIMARCHI, *Economia e cultura. Organizzazione e finanziamento delle istituzioni culturali*, F. Angeli, Milano 1993.

A. VERCELLI *et al.*, *Piccole imprese innovative in Italia: flessibilità tecnologica, contributo all'innovazione e fragilità finanziaria*, in «Economia e politica industriale», n. 63, 1989.