

## **CAPITOLO 7**

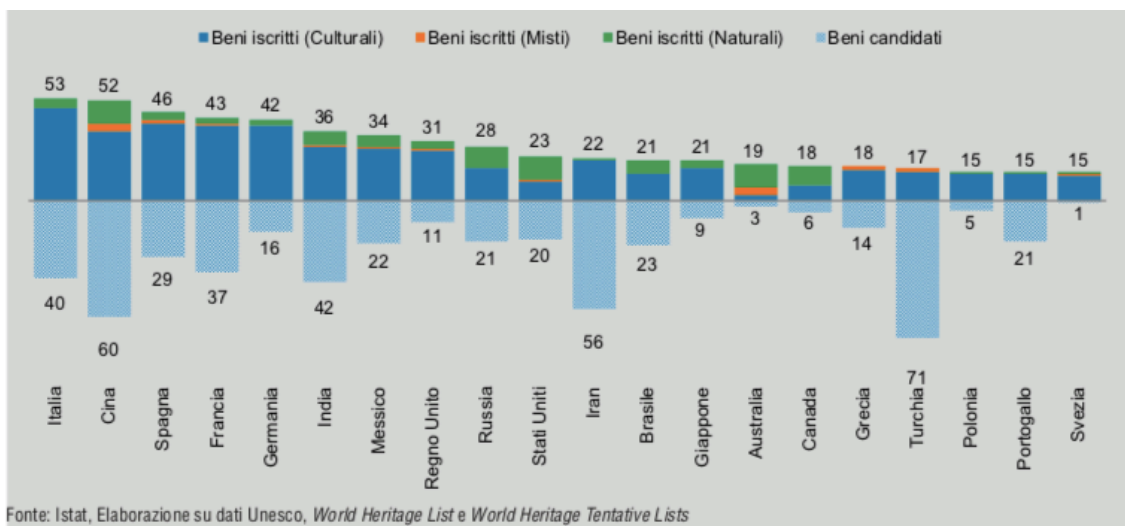
### **LE POLITICHE ECONOMICHE PER LA CULTURA E L'ARTE**

#### **7.1 CARATTERISTICHE ECONOMICHE DELLE ATTIVITÀ CULTURALI**

Si tende molto spesso a considerare “economia” e “cultura” come due termini disconnessi se non addirittura antitetici per motivazioni diverse: da una parte, alcuni settori, quali arti visive e performing arts, sono poco adatti a essere analizzati, da un punto di vista organizzativo e gestionale, con gli strumenti classici dell'economia; dall'altra, per altri settori, quali quelli relativi al patrimonio storico e artistico, tende a prevalere una gestione pubblica più orientata alla conservazione che alla valorizzazione economica.

Eppure le attività culturali, oltre a rappresentare un momento di arricchimento dal punto di vista umano e sociale, sono importanti per l'economia, specie per un paese come l'Italia, dotato di un patrimonio artistico e culturale di assoluta preminenza a livello mondiale: l'Italia è infatti il primo paese al mondo per numero di siti iscritti nel Patrimonio mondiale UNESCO, e le dotazioni di tipo museale del paese sono nettamente superiori a quelle della maggior parte dei paesi a livello internazionale. Tra l'altro, si tratta di un patrimonio diffuso a livello regionale, per quanto le maggiori concentrazioni di offerta di beni artistici e culturali si registrino presso le più importanti città d'arte.

Infatti, grazie ai due nuovi riconoscimenti ottenuti nel 2017, l'Italia si conferma il paese col maggior numero di beni iscritti nella Lista del patrimonio mondiale dell'Unesco (53 su 1.037, pari al 4,9%), seguita da Cina (52), Spagna (46), Francia (43) e Germania (42)<sup>1</sup>. I nuovi beni iscritti per l'Italia sono entrambi seriali e transfrontalieri, cioè rientrano in designazioni collettive che abbracciano più siti, localizzati in diversi paesi. Si tratta delle Opere di difesa veneziane tra XVI e XVII secolo: Stato da Terra-Stato da Mar occidentale (sei siti distribuiti fra Italia, Croazia e Montenegro) e delle Foreste primordiali di faggi dei Carpazi e di altre regioni d'Europa (78 siti in 12 paesi)<sup>2</sup>. Il riconoscimento di un bene come patrimonio dell'umanità non ha un valore puramente simbolico, ma istituisce uno speciale regime di protezione ed è un efficace veicolo di promozione turistica. A seconda dei criteri con cui sono stati selezionati, i beni della Lista si suddividono in culturali (77,5%), naturali (19,2%) e misti (3,3%). Per il nostro Paese, la quota dei beni culturali supera il 90%: a questa categoria appartengono infatti 48 dei 53 beni italiani, contro i 40 della Spagna, i 39 di Francia e Germania e i 36 della Cina. Gli altri cinque appartengono tutti alla categoria dei beni naturali, nella quale primeggiano Cina e Australia con 12 siti, seguite dagli Stati Uniti con 10. L'Italia è anche tra i paesi più attivi nella presentazione di nuove candidature, con una Tentative list di 40 beni (28 culturali, 9 naturali e 3 misti), un numero comunque inferiore a quelli di Turchia, Cina, Iran e India.



Ma non vi è solo il patrimonio storico e artistico: se si amplia il perimetro del settore culturale ricomprendendo le attività creative a contenuto industriale, si identificano settori per i quali il nostro paese riveste tradizionalmente una posizione di esportatore netto sul mercato internazionale: l'Italia è tra i primi posti a livello mondiale di design. L'Italia ha dunque una sorta di vantaggio comparato in vari segmenti delle attività culturali. Occorre però considerare che non è facile definirne i settori in maniera univoca. Se è logico includere le attività c.d. "a contenuto non industriale" (quali arti visive, rappresentazioni artistiche, beni culturali, patrimonio storico, artistico e museale), è però discutibile l'allargamento ad altri segmenti di carattere via via più spiccatamente "industriale".

Volendo esaminare il contributo che il settore culturale e creativo in senso lato fornisce all'economia, si può considerare la suddivisione proposta dalla Commissione europea. Si tratta di una definizione estesa del settore, basata però su di un approccio "a stadi": le attività culturali caratterizzanti sono quelle che abbiamo definito come a contenuto non industriale; al loro fianco vengono ricomprese le attività culturali a contenuto industriale (editoria, cinematografia, discografia...), i settori delle industrie e attività creative (design, architettura, pubblicità) e infine quello delle industrie correlate alle categorie precedenti.

CERCHI	SETTORI	SOTTO-SETTORI	CARATTERISTICHE
CUORE DELLE ARTI	Arti visive	Artigianato Pittura – Scultura Fotografia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attività non industriali</li> <li>• I prodotti sono dei prototipi che hanno il potenziale per essere protetti da copyright (es. questi lavori hanno un'alta densità di creazione che richiederebbe copyright ma spesso se non sistematicamente non lo sono; è il caso di molti lavori artigianali, molte arti sceniche, arti visive, etc.).</li> </ul>
	Arti dello spettacolo	Teatro – Danza – Circo – Festivals.	
	Patrimonio	Musei – Biblioteche – Siti archeologici – Archivi	
CERCHIO-1: INDUSTRIE CULTURALI	Film e Video		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attività industriali destinate a riproduzione di massa.</li> <li>• I prodotti sono protetti dal diritto d'autore.</li> </ul>
	Televisione e radio		
	Videogiochi		
	Musica	Mercato della musica registrata – Spettacoli dal vivo – Ricavati delle società di gestione dei diritti di proprietà intellettuale nel settore musicale.	
	Editoria	Editoria di libri, giornali e riviste.	
CERCHIO-2: INDUSTRIE E ATTIVITÀ CREATIVE	Design	Design nella moda, design grafico, design di prodotto e design d'interni	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Queste attività non sono necessariamente di tipo industriale e possono derivare da prototipi.</li> <li>• Anche se protetti da diritto d'autore i prodotti possono includere altri diritti di proprietà intellettuale (quali ad esempio i marchi).</li> <li>• L'utilizzo di elementi creativi (competenze, profili di persone provenienti da altri settori artistici o dalle industrie culturali) è essenziale per la qualità di questi settori non culturali.</li> </ul>
	Architettura		
	Pubblicità		
CERCHIO-3: INDUSTRIE CONNESSE	Produttori di computers, MP3, Telefonia mobile, etc.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Questa categoria non può essere definita in modo rigoroso. Essa comprende numerosi settori le cui prestazioni sono direttamente connesse alle categorie precedenti, quali quelle del settore ICT.</li> </ul>

  : "settore culturale"  
  : "settore creativo"

Al di là del perimetro delle attività direttamente ricomprese nel settore culturale, diversi studi sottolineano l'esistenza di stretti rapporti di complementarità tra tale settore e altri settori economici, caratterizzati da una più meno spiccata contiguità e le ricadute positive su questi: un esempio generalmente richiamato dalla letteratura è rappresentato dal turismo, la cui componente "culturale" (visite al patrimonio artistico e museale, soggiorni nelle città d'arte, partecipazione a spettacoli e festival) assorbe una componente importante e crescente dei flussi di visitatori.

Oltre alle dimensioni dirette e indirette del settore, i motivi per i quali esso è meritevole di attenzione sono legati anche alle caratteristiche economiche e strutturali di queste attività.

Si tratta, in generale, di settori dinamici, caratterizzati da una crescita di domanda e fatturato piuttosto intensa: secondo dati OCSE, negli anni duemila in Europa la produzione del settore culturale e creativo sarebbe cresciuta a un ritmo superiore a quello dei settori manifatturieri.

Si tratta, inoltre, di attività relativamente poco sensibili al ciclo economico: questo può fare di essi importanti fattori di stabilizzazione, a fronte della variabilità che caratterizza altri settori produttivi.

Occorre sottolineare che è convinzione diffusa che nel nostro paese il potenziale produttivo delle attività culturali sarebbe al momento solo in parte espresso, e sussisterebbero ampi margini di guadagno di efficienza e produttività.

Se poi allarghiamo l'ottica dall'analisi della produzione e occupazione immediata a quella della creazione delle migliori condizioni per lo sviluppo di lungo periodo, non possiamo non considerare che le attività culturali esercitano un importante effetto sulla crescita del capitale umano che caratterizza i territori, e che la letteratura da tempo considera un importante elemento di forza per un sistema produttivo.

Questa crescita dipende da due attori: da un lato l'offerta di cultura contribuisce di per sé alla crescita umana, quindi all'innalzamento della qualità della forza lavoro locale; dall'altro, la stessa offerta genera anche un ambiente socialmente più attrattivo, facilitando l'afflusso e la localizzazione di persone dotate di un profilo culturale e professionale avanzato.

Da tutto quanto precede, risulta con chiarezza come per il nostro paese l'analisi delle caratteristiche del settore culturale e delle sue modalità di interazione con il complessivo sistema produttivo sia importante.

Si può analizzare il settore culturale sulla base dell'approccio economico tradizionale, valutando in primo luogo l'andamento di domanda e offerta di cultura.

Incominciando dal lato della domanda, il primo elemento che è opportuno considerare è la spesa delle famiglie per consumi culturali che rappresenta uno degli indicatori chiave individuati dall'Unione europea per la valutazione delle politiche per lo sviluppo delle condizioni di vita e del welfare nel lungo termine.

I dati statistici mostrano dunque una domanda di cultura che, nel nostro paese, appare per molti aspetti insoddisfacente. La spesa delle famiglie per la cultura è contenuta rispetto a gran parte dei paesi europei, e negli anni duemila la sua dinamica è stata inferiore a quella dei consumi di altro tipo. I fruitori di servizi di intrattenimento di tipo culturale sono poco diffusi tra la popolazione, né si sono individuate nell'ultimo decennio significative tendenze all'incremento della domanda. In aggiunta, nel nostro paese esiste un differenziale nella domanda di cultura tra il Centro-Nord e il Mezzogiorno, che negli anni recenti è andato incrementandosi.

Passando ora al lato dell'offerta, l'offerta di cultura è un concetto ampio, che comprende proposte molto diversificate.

L'Italia, anche in considerazione del suo peculiare sviluppo storico, gode di ampie potenzialità di offerta culturale. Al di là della dotazione di siti culturali e naturali, il paese si caratterizza per un'ampia offerta di tipo museale: musei e istituzioni d'arte, sia statali che di altro tipo, sono numerosi, e accolgono ogni anno diverse decine di migliaia di visitatori. La loro dislocazione riflette ovviamente in larga parte quella delle principali città d'arte. Per i musei statali vi è una netta preponderanza dell'area centrale del paese, in termini sia di numero di istituzioni, sia soprattutto di visitatori; ciò dipende principalmente dall'ampia quota di offerta che si concentra a Roma e a Firenze. Per quanto attiene a monumenti e aree archeologiche è consistente anche la dotazione del

Mezzogiorno, dovuta principalmente ai siti campani; nell'area settentrionale, spicca invece il dato del Friuli Venezia Giulia. Se invece si prendono in esame i musei e le istituzioni non statali (molto numerose ma di dimensioni individuali piuttosto contenute), si riscontra una maggiore uniformità territoriale, nell'ambito della quale tuttavia emerge una lieve prevalenza delle regioni del Nord.

Nel settore della cultura, visto sia dal lato della domanda che dal lato dell'offerta, si può individuare anche una sorta di "prezzo".

Si può per esempio fare riferimento all'introito medio per visitatore/biglietto realizzato dai vari tipi di proposta culturale. Un recente studio ha evidenziato che qualche anno fa, i musei statali incassavano 2,9 euro per visitatore, e i circuiti museali statali 5,5; l'importo medio è maggiore nelle regioni centrali, che beneficiano della rilevanza dell'offerta di Toscana e Lazio, che giustificano importi pro-capite maggiori. Per quanto attiene a monumenti e aree archeologiche statali, l'incasso medio era di 2,7 euro; risulta elevato il valore della Campania, in relazione all'importanza dell'area archeologica di Pompei. Gli incassi individuali delle strutture non statali appaiono sostanzialmente in linea, per quanto si tratti di realtà mediamente molto più piccole delle precedenti: l'introito pro-capite è di 2,4 euro, sia per i musei, sia per gli istituti d'arte e antichità, con una limitata variabilità territoriale favorevole al Centro-Nord.

In generale, gli incassi pro-capite che derivano dall'esposizione al pubblico dei beni artistici e culturali sembrerebbero presentare margini di incremento, in particolare per le strutture statali, specie laddove raffrontati con le esperienze estere di maggiore successo. E' tuttavia possibile che le medie risentano di un'ampia quota di visitatori che beneficia di condizioni agevolate o di ingressi gratuiti, nonché di una serie di fattori non sempre quantificabili (indirizzi politici, incentivi ai fruitori locali, frammentazione dell'offerta, strategie di prezzo delle strutture minori, ecc.).

Per quanto invece attiene all'offerta di intrattenimento, il costo medio è pari a 17,1 euro per gli spettacoli teatrali e musicali, a 9,2 euro per quelli di danza e a 21,3 euro per le manifestazioni sportive; i valori sono più elevati al Nord e inferiori nel Mezzogiorno, pur nell'ambito di una variabilità limitata. Si tratta di valori notevolmente più elevati di quelli relativi a musei, monumenti e aree archeologiche, che riflettono da un lato il rilevante impiego del fattore lavoro che gli spettacoli presuppongono, dall'altro il fatto di essere rivolti a una fascia ben definita di pubblico, caratterizzato da precisi interessi. Tuttavia, il confronto tra i valori delle due tipologie di offerta sembra costituire un'ulteriore conferma della dimensione piuttosto ridotta del contributo reddituale generato dal patrimonio artistico e culturale nel nostro paese.

Un altro dato rilevante del settore è quello relativo all'occupazione.

In termini occupazionali, le attività destinate alla produzione di beni e servizi del settore ricreativo, culturale e sportivo assorbono una quota pari all'1,7 per cento del numero complessivo di unità di lavoro presenti in Italia. Questo valore, che fornisce una misura della quantità di lavoro impiegata nel settore culturale, non mostra variazioni significative nel corso degli ultimi anni, confermando l'immagine di un settore di attività con un peso sostanzialmente stabile dal punto di vista occupazionale. Con riferimento a tale parametro, emergono sensibili differenze a livello territoriale e si rilevano dinamiche specifiche del settore con riferimento alla quota di lavoro dipendente.

Il crescente ruolo svolto dalla cultura quale fattore strategico di sviluppo sociale ed economico è riconosciuto sia a livello nazionale sia internazionale.

Al fine di comprendere meglio i legami esistenti tra diffusione della cultura e sviluppo socio-economico è quindi importante poter disporre di informazioni sulle modalità di

fruizione delle attività culturali da parte della popolazione. In Italia nel 2012 al primo posto fra i diversi tipi di attività culturali svolte fuori casa si colloca il cinema: il 49,8 per cento della popolazione di 6 anni e più dichiara di esserci andata almeno una volta nel corso dell'anno. Seguono le visite a musei e mostre (28,0 per cento).

Nella graduatoria troviamo poi gli spettacoli sportivi (25,4 per cento), le visite a siti archeologici e monumenti (21,1 per cento), la frequentazione di discoteche e balere (20,6 per cento), il teatro (20,1 per cento) e i concerti di musica leggera (19,0 per cento). Infine all'ultimo posto, con un netto distacco rispetto agli altri tipi di spettacoli, si collocano i concerti di musica classica che continuano a essere seguiti da una quota ristretta della popolazione (7,8 per cento). Nel 2012, rispetto al 2011, si registra una generale riduzione della percentuale di persone che si sono recate al cinema, a teatro e a spettacoli vari: in particolare diminuisce di ben 4 punti percentuali la quota di fruitori di spettacoli cinematografici e di 3 punti percentuali quella dei fruitori di spettacoli sportivi.

## **7.2 BONUS E INCENTIVI ALL'ARTE E ALLA CULTURA**

Le forme di finanziamento privato a favore della cultura possono essere, in particolare, mecenatismo e sponsorizzazione, che sembrano anche quelle più dinamiche e, potenzialmente, più ricche di sviluppi. Si tratta di diverse tipologie di intervento, caratterizzate da un differente inquadramento giuridico e da particolari regimi fiscali.

Da una parte il mecenatismo culturale, a ricomprendere le attribuzioni di carattere patrimoniale dettate da spirito di liberalità: in questa definizione si collocano le elargizioni con le quali imprese, singoli, associazioni o fondazioni arricchiscono il beneficiario senza richiedere una contropartita se non l'accettazione e la gratitudine del beneficiario stesso (oltre alla gratificazione che viene dall'agire a fin di bene o per una causa meritoria).

Dall'altra le sponsorizzazioni, sono, invece, contraddistinte da un accordo contrattuale con il quale il beneficiario della erogazione si vincola a determinate controprestazioni nei confronti dello sponsor: il soggetto sponsorizzato acconsente a promuovere un marchio o un prodotto, associandolo all'evento o all'iniziativa sponsorizzata, dietro corrispettivo (una somma di denaro) o la fornitura di beni e servizi (in-kind sponsorship), erogati direttamente o indirettamente.

Più in particolare, con il termine «sponsorizzazione culturale» si definiscono tutti quegli interventi realizzati, mediante erogazioni di denaro o fornitura di beni e servizi, in occasione di specifici eventi culturali e artistici, promossi con l'intento di testimoniare la propria presenza e dimostrare il proprio materiale contributo al progresso culturale, alla valorizzazione e alla divulgazione del patrimonio storico e artistico.

Spesso considerati come sinonimi sponsorizzazione e mecenatismo rappresentano, invece, forme diverse di finanziamento privato delle attività artistiche e culturali. In particolare, mentre nel caso della sponsorizzazione, lo sponsor esprime finalità direttamente o indirettamente economiche, collegate a strategie aziendali di comunicazione e marketing, nel caso del mecenatismo il sovvenzionatore è guidato prevalentemente da finalità filantropiche. Mentre le attività di mecenatismo sono, dunque, intraprese da soggetti mossi per lo più dal desiderio di aumentare il benessere collettivo, dal gusto e dall'interesse per lo spettacolo, la cultura e l'arte, o dalla più egoistica, ma non per questo meno efficace, volontà di accrescere il proprio ruolo e prestigio, le sponsorizzazioni sono promosse da organizzazioni economiche

pluralistiche, che coniugano una eventuale sensibilità culturale con proprie finalità economiche.

In termini economici, la possibilità di dedurre integralmente i costi delle sponsorizzazioni, equiparate in termini di orientamento giurisprudenziale alle attività promozionali, fornisce all'impresa commerciale un incentivo aggiuntivo nella scelta di sovvenzionare le attività culturali. Oltre a questo, e forse prioritariamente, vanno considerati i possibili e consistenti benefici non solo in termini di ricaduta di immagine, di consenso e visibilità, ma anche di miglioramento dei rapporti con il pubblico.

La sponsorizzazione culturale offre, infatti, all'impresa non solo la possibilità di esplorare un nuovo canale di comunicazione, rivolto a un target selezionato di potenziali clienti, ma anche una forma di partecipazione sociale per il sostegno dell'arte e della cultura, rilevante in termini di responsabilità sociale. L'investimento in cultura, arte e spettacolo è, quindi, per le aziende il presupposto per una rinnovata comunicazione che consente di instaurare con il mondo esterno, ma anche con quello interno, un rapporto più diretto, partecipe, personalizzato e articolato.

Da tempo l'attenzione e l'apporto dei privati a supporto della cultura, concretizzati e declinati in molteplici e differenti forme di sostegno, sono emersi come fenomeni rilevanti che non solo rappresentano uno dei principali aspetti del rilievo sociale ed economico assunto dal patrimonio artistico e dell'aumentata attenzione verso gli eventi culturali, ma costituiscono una delle principali risorse per la salvaguardia, la conoscenza e la promozione dei beni e servizi artistici e culturali in Italia. Imprese, le più diverse, hanno maturato la consapevolezza dell'importanza di abbinare e accostare i propri marchi, prodotti e servizi a iniziative culturali e artistiche.

Sebbene il finanziamento pubblico sia a oggi la principale fonte di sostegno del settore culturale, la partecipazione da parte dei privati è potenzialmente in grado di integrare significativamente le risorse disponibili per gli operatori.

La consapevolezza del ruolo fondamentale dei privati ha condotto i diversi Stati a predisporre politiche di incentivazione, di regolamentazione e di defiscalizzazione per gli interventi e gli investimenti privati in campo artistico e culturale.

Accanto al tradizionale intervento diretto dello Stato, mediante l'erogazione di contributi in capo ai beneficiari, attraverso differenti forme di agevolazione fiscale si realizza una forma di finanziamento pubblico indiretto, ossia destinato, comunque, in parte a restare in capo all'operatore pubblico, attraverso la rinuncia a un introito tributario, con conseguente riduzione del gettito fiscale. Il principio fondante è rintracciabile nella considerazione che la promozione e l'incentivazione della produzione, del consumo e della diffusione della cultura, dello spettacolo e dell'arte, beni meritori per eccellenza, producono forti esternalità positive e sono fonte di sviluppo economico e sociale, indipendentemente dal soggetto promotore.

Le agevolazioni fiscali svolgono un ruolo centrale nella promozione delle donazioni filantropiche (charitable giving), siano esse in denaro o in natura, tanto che, pur con differenti modalità e misure, esse sono adottate nella generalità dei Paesi. Le modalità tecniche di incentivazione differiscono in rapporto ai soggetti eroganti (individui o imprese), alle finalità perseguite dai soggetti beneficiari (finalità sociali, assistenziali, artistiche e culturali, scientifiche ecc.), ai limiti quantitativi delle erogazioni ammesse ai benefici fiscali, all'oggetto dell'erogazione (denaro, beni, servizi), allo strumento agevolativo (deduzione dalla base imponibile, detrazione d'imposta, credito d'imposta), agli eventuali oneri amministrativi ad esse connessi.



## Anche la cultura fa Pil

16.02.16

Luciano Canova

*Nel settore cultura il bilancio dei due anni di governo Renzi è sostanzialmente positivo. Come minimo c'è stata un'inversione di tendenza rispetto agli anni passati. Avviato il grande progetto per Pompei e garantita l'autonomia ai più importanti musei. Il nodo del fondo unico dello spettacolo.*

### Da Pompei ai grandi musei

Il bilancio dell'operato del ministro Dario Franceschini (e del governo Renzi) sul comparto cultura è sostanzialmente positivo. Quanto meno, c'è un'inversione di tendenza rispetto a molteplici aree da decenni in sofferenza (musei in primis). Resta una forte discrepanza tra annunci pirotecnici e numeri reali degli investimenti, ma questo è un tema che riguarda le capacità generali del governo di liberare risorse (per esempio attraverso la *spending review*).

Il "Grande progetto" annunciato da Matteo Renzi per il restauro dell'area archeologica di Pompei, con data di scadenza simbolicamente fissata al 24 agosto 2017 (il 24 agosto è la data della storica eruzione), è partito. Dopo anni di scandali e dopo i crolli del 2010, il governo ha avuto il merito di ottenere una proroga di due anni per l'utilizzo dei fondi europei che altrimenti sarebbero andati persi (e si tratta di 6,5 miliardi di euro).

Sono state riaperte e restaurate sei domus a dicembre 2015 con l'annuncio del premier: "Facevamo notizie per i crolli, adesso facciamo notizia per i restauri". Venti cantieri sono terminati e ventinove sono in corso di realizzazione. Sono stati stanziati 159,8 milioni di euro ed è stato messo a punto il sistema di sorveglianza per 3,8 milioni di euro. I visitatori dell'area di Pompei, 3 milioni e 250 mila nel 2015, sono aumentati del 20 per cento in un anno. In programma c'è anche il piano di assunzione di un squadra di archeologi, antropologi, architetti, ingegneri e amministrativi. Alcune criticità emergono però sul fronte della portata prevista degli investimenti: ad esempio, Roberto Cecchi, già segretario generale del ministero dei Beni e delle attività culturali, sostiene che gli interventi previsti da qui al 2017, che riguardano 70 domus, costituiscono solo il 5 per cento dell'intera area (che ne comprende, invece, 1.500). La priorità sarebbe uno screening con aggiornamento della Carta del rischio per evitare nuovi crolli e mettere in sicurezza l'intera area.

Per quanto riguarda i musei, il cambiamento è stato enorme. Sono stati nominati i venti direttori dei super musei, con grandi poteri di autonomia, e si tratta in effetti di una vera e propria rivoluzione, a partire dal metodo di selezione, con un bando internazionale che ha portato alla definizione di una terna di candidati per ciascun istituto e alla decisione finale annunciata dal ministro Franceschini.

Ai super direttori è attribuito un grande potere con autonomia contabile, scientifica, finanziaria e organizzativa degli istituti. Si alleggerisce la struttura, prima appesantita da una gerarchia rigida con funzionario ministeriale che rispondeva al soprintendente. Il vero cambiamento è la possibilità di affiancare alle entrate ministeriali quelle da raccolta fondi propri, nonché il recupero delle competenze sulla progettazione scientifica.

Unico neo: non c'è autonomia nella gestione del personale in una situazione che necessita interventi rapidi (l'età media degli archivisti è 59 anni). Vero è, però, che è stato autorizzato un concorso straordinario per contratti a tempo indeterminato per l'assunzione in deroga alle norme vigenti di 500 funzionari dei beni culturali: antropologi, archeologi, archivisti, bibliotecari, esperti di marketing e comunicazione, restauratori e storici dell'arte.

### Alla ricerca di fondi

Nella logica dell'autonomia finanziaria in parte attribuita ai super musei, molto rimane da fare nella ripartizione dei Fus, i



fondi unici dello spettacolo. Si tratta di contributi pubblici erogati a orchestre, teatri, scuole di danza. La situazione attuale vede uno squilibrio nell'erogazione che non premia adeguatamente il merito. La distribuzione è penalizzante, paradossalmente, per le istituzioni più meritorie: quelle, cioè, che riescono a richiamare più pubblico per le proprie esibizioni o che, in qualche modo, sono in grado di raccogliere efficacemente fondi al di fuori del contributo pubblico. Per esempio, se si calcola il rapporto tra contributi pubblici e ricavi propri, La Scala si segnala per un 53,4 per cento, mentre il teatro Lirico di Cagliari (con tutto il rispetto per lo stesso) evidenzia un 693 per cento. Per evitare paradossi simili, serve ripensare completamente l'attuale distribuzione che, nonostante le buone intenzioni del ministro Franceschini, presenta ancora molte criticità.

Aumentano intanto le risorse stanziati a bilancio dal ministero Beni e attività culturali. Con un +8 per cento nel 2016 e un +10 per cento nel 2017, anche qui è apprezzabile l'inversione di tendenza, ma la situazione è meno roboante se si guardano i numeri assoluti degli aumenti: 150 milioni di euro nel 2016, 170 nel 2017 e 165 nel 2018, lontani dal reale fabbisogno del comparto culturale. Serviranno presto nuove risorse.

Con la legge di Stabilità, poi, sono stati stanziati 290 milioni di euro per un bonus da 500 euro da spendere in attività culturali per chi compie 18 anni nel 2016. La polemica sull'esclusione iniziale degli extracomunitari residenti sul territorio italiano è rientrata con un emendamento che estende la validità anche a loro. Rimangono perplessità su una misura comunque regressiva e sul possibile impiego di risorse, anche limitate, per altri obiettivi più equi.

Una nota dolente per l'immagine del ministero è stato invece lo scandalo (ripreso anche dalle principali testate europee) scoppiato in occasione della visita di Hassan Rouhani, presidente iraniano, con la decisione di coprire i nudi delle statue dei Musei Capitolini a Roma. Il ministro Franceschini e il presidente del Consiglio hanno negato alcuna responsabilità diretta nella scelta, stigmatizzandola. Pare comunque difficile credere che il ministero non fosse a conoscenza della decisione. Va semmai rilevata l'importanza strategica dell'incontro con il presidente iraniano, volto a raggiungere l'intesa su tredici memorandum di intesa per contratti dal valore di 17 miliardi di euro.

In questo articolo si parla di: [arte](#), [cultura](#), [musei](#), [Pompei](#), [teatri](#)

#### BIO DELL'AUTORE

LUCIANO CANOVA



Docente e ricercatore alla Scuola Enrico Mattei, dove insegna i corsi di Economia Sperimentale e di Comunicazione Scientifica al Master MEDEA (Management dell'Economia dell'Ambiente e dell'Energia). Ha studiato Economia a Milano, laureandosi al DES in Bocconi nel 2002. Ha conseguito un master in Development Economics alla University of Sussex e il dottorato in Economia all'Università Cattolica del Sacro Cuore. Per due anni, è stato post-doc alla Paris School of Economics. iProf di Economia della felicità su Oilproject.org, collabora con diverse testate di divulgazione scientifica.

[Altri articoli di Luciano Canova](#)

[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

Incentivi fiscali

## Arte e cultura: incentivi fiscali e misure economiche di sostegno

Stefano Loconte e Daria Pastorizia – Loconte &amp; Partners, Studio Legale e Tributario

Il patrimonio culturale torna protagonista delle scelte parlamentari.

Nel pacchetto di misure straordinarie rivolte alla cultura, la Legge di Bilancio 2018 ha previsto un nuovo incentivo fiscale.

Si tratta del **cd. tax credit creatività**, un credito d'imposta nato in favore delle imprese culturali e creative (ICC), ammesso nella misura del 30 per cento dei costi da esse sostenuti per attività di sviluppo, produzione e promozione di prodotti e servizi culturali e creativi secondo le modalità stabilite dal decreto.

È la prima volta che il legislatore riconosce e definisce per legge l'"impresa culturale e creativa" e lo fa al comma 58 dell'art. 1 della Legge 27 dicembre 2017 n. 205 (pubblicata in Gazzetta Ufficiale il 29 dicembre 2017) quando individua i soggetti destinatari del nuovo incentivo fiscale.

Il tax credit creatività é destinato a quelle imprese e soggetti che possiedono congiuntamente i seguenti requisiti: (i) svolgono attività stabile e continuativa con sede in Italia, nell'UE o in uno Stato aderente allo Spazio economico europeo, (ii) sono soggetti passivi d'imposta in Italia, (iii) hanno quale oggetto sociale, in via esclusiva o prevalente, attività (quali ideazione, creazione, produzione, sviluppo, diffusione, conservazione, ricerca e valorizzazione o gestione) di prodotti culturali, quali beni, servizi e opere dell'ingegno inerenti alla letteratura, alla musica, alle arti figurative, alle arti applicate, allo spettacolo dal vivo, alla cinematografia e all'audiovisivo, agli archivi, alle biblioteche e ai musei nonché al patrimonio culturale ed ai relativi processi di innovazione.

La procedura per il riconoscimento della qualifica di impresa culturale e creativa e per la definizione di prodotti e servizi culturali e creativi sarà disciplinata con decreto del Ministro dei beni e delle attività culturali e del turismo, di concerto con il Ministro dello sviluppo economico, da adottare entro novanta giorni dalla data di entrata in vigore della Legge di Bilancio ai sensi dell'articolo 17, comma 3, della legge 23 agosto 1988, n. 400.

Verificata la sussistenza dei requisiti di accesso all'incentivo fiscale, in virtù di un meccanismo cd. "a rubinetto", il credito d'imposta sarà riconosciuto fino all'esaurimento dei fondi a disposizione. Le risorse complessivamente stanziare, in particolare, sono pari a

500 mila euro per l'anno 2018 e ad un milione di euro per ciascuno degli anni dal 2019 al 2020.

Il cd. tax credit creatività si aggiunge ad un altro recente incentivo fiscale previsto in favore del patrimonio culturale.

Dal 27 dicembre scorso, infatti, con l'entrata in vigore della Legge delega al Governo per la riforma dello Spettacolo (Legge del 22 novembre 2017 n. 175 contenente "Disposizioni in materia di spettacolo e deleghe al Governo per il riordino della materia"), è stata estesa la platea dei soggetti beneficiari dell'Art Bonus, il credito d'imposta pari al 65% dell'importo donato per favorire le erogazioni liberali a sostegno del patrimonio culturale pubblico italiano, ed è stato ampliato l'ambito oggettivo delle erogazioni stesse.

In particolare, l'art. 5, comma 1, della legge, modifica l'art. 1 del D.L. n. 83/2014 ("Disposizioni urgenti per la tutela del patrimonio culturale, lo sviluppo della cultura e il rilancio del turismo") aggiungendo agli scopi che le erogazioni liberali devono perseguire quello del sostegno "delle istituzioni concertistico-orchestrali, dei teatri nazionali, dei teatri di rilevante interesse culturale, dei festival, delle imprese e dei centri di produzione teatrale e di danza, nonché dei circuiti di distribuzione".

Resta poi confermato l'Art Bonus in favore di ogni "mecenate" che effettui erogazioni liberali in denaro a sostegno del patrimonio artistico e culturale allorquando esse riguardino: (i) interventi di manutenzione, protezione e restauro di beni culturali pubblici, (ii) sostegno degli istituti e dei luoghi di cultura di appartenenza pubblica e definiti dall'articolo 101 del Codice dei beni culturali e del paesaggio (D.lgs. n. 42/2004), (iii) realizzazione di nuove strutture, restauro e potenziamento di quelle esistenti, delle fondazioni lirico sinfoniche o di enti e istituzioni pubbliche che, senza scopo di lucro, svolgono esclusivamente attività nello spettacolo, (iv) donazioni a favore del ministero dei Beni e delle attività culturali e del turismo (Mibact) per interventi di manutenzione, protezione e restauro di beni culturali di interesse religioso presenti nei comuni colpiti dal sisma anche appartenenti ad enti e istituzioni della Chiesa cattolica o di altre confessioni religiose; per il sostegno dell'Istituto superiore per la conservazione del patrimonio archivistico e libraio.

L'Art Bonus è, tuttavia, soggetto ad un cap: in relazione alla qualifica del soggetto che effettua le erogazioni liberali sono infatti previsti differenti "tetti" di spettanza del credito d'imposta.

In particolare, per le persone fisiche e gli enti che non svolgono attività commerciale (i.e. dipendenti, pensionati, professionisti), il credito d'imposta è riconosciuto nel limite del 15% del reddito imponibile; se invece il soggetto erogante è titolare di reddito d'impresa (i.e. società e ditte individuali) oppure si tratta di enti non commerciali che esercitano anche attività commerciale, il credito d'imposta è riconosciuto nel limite del 5 per mille dei ricavi annui.

Il credito è fruibile in tre quote annuali di pari importo; le modalità di fruizione dello stesso variano però in relazione alla qualifica del soggetto che effettua le erogazioni liberali (cfr., Agenzia delle Entrate, Circolare 31 luglio 2014 n. 24/E).

Per i soggetti titolari di reddito d'impresa il credito può essere utilizzato in compensazione mediante modello di pagamento F24 (indicando il codice tributo "6842") a scomputo dei versamenti dovuti (cfr., Agenzia delle Entrate, Risoluzione 17 dicembre 2014 n. 116/E).

L'utilizzo in compensazione potrà avvenire però solo nei limiti di un terzo della quota maturata e decorrerà dal primo giorno del periodo d'imposta successivo a quello di effettuazione dell'erogazione liberale.

La quota di un terzo del credito d'imposta maturato costituisce, quindi, per ciascuno dei tre periodi d'imposta di utilizzo in compensazione, il limite massimo di fruibilità annua del credito.

Nel caso di mancato utilizzo in tutto o in parte di tale importo nei predetti limiti, l'ammontare residuo potrà essere utilizzato nel corso dei periodi d'imposta successivi, secondo le modalità proprie del credito.

Le persone fisiche e gli enti che non esercitano attività commerciali, invece, potranno fruire del credito d'imposta nella dichiarazione dei redditi secondo le seguenti modalità.

Inizieranno a fruire della prima quota annuale del credito d'imposta (un terzo dell'importo maturato) nella dichiarazione dei redditi relativa all'anno in cui è stata effettuata l'erogazione liberale, ai fini del versamento delle imposte sui redditi. La quota annuale che non venga utilizzata potrà essere riportata in avanti nelle dichiarazioni dei periodi d'imposta successivi, senza alcun limite temporale.

Per espressa previsione normativa, inoltre, l'Art Bonus non è soggetto al limite di compensabilità di crediti di imposta e contributi di cui all'articolo 34 della legge n. 388 del 2000, che a decorrere dal primo gennaio 2014 è pari ad Euro 700 mila.

Gli incentivi fiscali finora esaminati si inseriscono nel solco di ulteriori interventi di politica economica in sostegno al patrimonio culturale italiano.

Tra di essi, degna di nota l'autorizzazione contenuta nella legge di Bilancio 2018 alla spesa di un milione di euro per coinvolgere musei, istituti e siti archeologici su tutto il territorio nazionale in occasione dell'Anno europeo del patrimonio culturale per la realizzazione del programma di attività istituito dal Parlamento europeo e dal Consiglio dell'Unione europea. Entro 30 giorni dalla data di entrata in vigore della legge, un decreto del Mibact individuerà gli interventi e le azioni del programma.

Sale poi a sei milioni di euro il fondo per il triennio 2018 – 2020 destinato al Piano per l'arte Contemporanea, di cui all'articolo 3 della legge 23 febbraio 2001, n. 29, per l'incremento delle collezioni statali italiane attraverso specifici progetti (committenze, mostre e concorsi) collegati all'acquisizione di opere d'arte.