



Italiafestival/Federmusica/AGIS

www.italiafestival.it

Audizione Italiafestival

7° Commissione del Senato della Repubblica

Mercoledì 4 febbraio 2015 (ore 14.30)

“Offerta culturale nel settore musicale, al fine di identificare delle strategie in grado di mantenere vivo l'immenso repertorio italiano e di attivare processi virtuosi di creazione e innovazione musicale, permettendo l'accesso e il confronto con la realtà internazionale (n. 409)”

L'associazione Italiafestival è un campione statisticamente rilevante dell'ampio settore dei festival in quanto riunisce sia festival monotematici (solo di lirica, di musica, di teatro e di danza), che multidisciplinari, coprendo l'intero ventaglio delle varie tipologie esistenti.

**Italiafestival ha stretto accordi con
ASTOI/Confindustria/Viaggi e Trenitalia Ferrovie dello Stato**



00161 ROMA – Via di Villa Patrizi, 10

Tel. 06 - 884731 (centralino) Segreteria 06 - 88473-.375 /358 fax 06 -4404254 E-Mail: UfficioMusicaDanza@agisweb.it

Italiane al fine di rafforzare e favorire il turismo culturale con progetti a dimensione multipla volti cioè a valorizzare il territorio, partendo dal festival, nei suoi diversi aspetti artistici, culturali ed eno - gastronomici. Questi accordi dimostrano che è possibile il dialogo tra il mondo profit (tour - operator - turismo e Trenitalia) e no profit (festival - spettacolo - cultura) e che i confini possono essere attraversati e divenire luogo di incontro dove lavorare insieme su progetti integrati volti, nel caso specifico, a potenziare e a qualificare l'offerta di turismo culturale attraverso i festival.

Italiafestival, dando vita a quest'alleanza tra soggetti diversi, si pone l'obiettivo di allargare, attraverso la proposta turistica, il bacino d'utenza del bene culturale festival, ai fini della diffusione del turismo di massa colto, al di fuori di una concezione elitaria della cultura per pochi, che separa la vacanza dai contenuti.

Italiafestival ha l'ambizione di trasformare in proposta turistica l'idea di viaggio come conoscenza complessiva di un luogo, sede del festival, di un territorio, del suo passato, della sua arte, della sua storia, della sua memoria culturale che viene attualizzata attraverso il concorso di diversi saperi

e linguaggi che esprimono l'anima e la fisionomia di quel luogo.

Italiafestival ha sposato in pieno una concezione complessiva del turismo, che deve ispirare progetti, programmi e proposte che non siano ghettizzate, destinate, cioè, ad una cerchia ristretta di cultori dello spettacolo, lirica, musica, danza e teatro che sia, ma che, invece, si rivolgano ad una moltitudine di persone, cercando di catturare l'attenzione e la curiosità con un'offerta a valenza multipla (bellezze paesaggistiche, arte, storia, cultura, eno – gastronomia) che al centro delle proposte di varia natura mette il festival, al fine di esaltare il policentrismo artistico e culturale dell'Italia al di fuori dei circuiti turistici tradizionali e classici, che è la vera ricchezza non replicabile del Paese per competere sulla scena internazionale.

Italiafestival vuole lanciare un'idea del “made in Italy” che non riguarda soltanto il mondo del lusso e gli oggetti esclusivi ma, prima di tutto, si rifà ad uno stile di vita di qualità che passa anche attraverso la scelta di un viaggio di conoscenza, come quello proposto da Italiafestival.

I progetti e le proposte turistiche concepiti da Italiafestival, ai quali sarebbe opportuno che, in una logica di rete e di

sistema, si associassero anche gli altri soggetti dello spettacolo dal vivo, rientrano in quelle che si possono definire come “le buone pratiche” che, prima di sortire i risultati in termini commerciali ed economici, hanno bisogno di tempo per penetrare gradualmente nel mercato.

I festival, nell'attuale situazione di crisi economica e di sofferenza dei conti pubblici, vivono una condizione di particolare difficoltà, aggravata da due fattori: il 55% delle risorse pubbliche deriva da Regioni ed Enti locali che sono in forte sofferenza per il drastico taglio dei trasferimenti dallo Stato centrale; il contributo del FUS destinato al settore dei festival è pari solo al 3,50% rispetto al finanziamento complessivo.

Condizione necessaria per un rilancio dei festival, intesi come soggetti propulsori di iniziative tese a favorire l'interazione con i beni e le attività del sistema culturale e con la filiera del turismo, è, pertanto, l'investimento prioritario dello Stato sul settore dello spettacolo, che è un fattore dinamico di cultura e di turismo e, in particolare, sui festival, attraverso interventi diretti, come l'aumento del F.U.S. nell'ambito di un rinnovato assetto legislativo, e indiretti, come l'introduzione del tax credit e l'estensione delle agevolazioni fiscali, di cui al c.d. Art - bonus, al

sostegno delle attività festivaliere, anche in ragione del fatto che l'intervento dei privati sui festival (solo il 9% rispetto ai ricavi totali) deve essere decisamente e con forza incoraggiato da misure fiscali come, appunto, quella prevista dal c.d. Art-bonus.

Il festival si collega naturalmente al turismo, per le sue caratteristiche soggettive di essere un evento straordinario, che si svolge in località precise, quasi sempre di piccole e medie dimensioni, specchi del policentrismo dell'Italia, in un arco temporale limitato (al massimo poco più di un mese e mai oltre), generalmente nel periodo estivo, spesso con un'offerta di spettacoli a carattere multidisciplinare di lirica, musica, teatro e danza, che incontra i diversi gusti dell'utenza.

La connessione del turismo con il festival è data anche dall'indotto che il festival produce. Si è calcolato, infatti, che, a fronte del contributo statale, il festival produce un ritorno in termini economici derivante dalle presenze turistiche e del personale impiegato nel periodo del festival, pari a quattro volte circa la somma erogata dallo Stato.

I settori della cultura – spettacolo - festival e del turismo, se adeguatamente finanziati e sostenuti da norme di legge atte a favorire la collaborazione fra diversi soggetti in campi

diversi, possono diventare i motori di un nuovo sviluppo economico sostenibile all'interno di un'economia globale ed essere gli strumenti più efficaci e dinamici per una ripresa economica, culturale, sociale, morale e civile del Paese.

I problemi comuni allo spettacolo – festival e al turismo non sono soltanto di carattere economico, ma risalgono anche alla cornice istituzionale venutasi a disegnare con la riforma del Titolo V della Costituzione e, segnatamente, con la modifica nel 2001 dell'articolo 117 della Carta costituzionale, in base alla quale le attività culturali, in cui rientra lo spettacolo, sono materia di competenza concorrente fra lo Stato e le Regioni, mentre il turismo è di esclusiva competenza delle Regioni (ben 13.000 sono gli Assessori che si occupano di turismo!). Ciò è tra le cause di una mancanza o di una debolezza di una strategia di una politica pubblica sia per il turismo che per lo spettacolo, volta a utilizzare al meglio le due risorse e a fare una promozione dinamica ed integrata il più possibile del turismo e della cultura, secondo il dettame dell'articolo 9 della Costituzione.

Italiafestiva chiede che, con la modifica in atto del titolo V della Costituzione, questi problemi vengano affrontati in una visione istituzionale unitaria dello spettacolo e del

turismo e che, ad un significativo investimento di tipo economico, segua anche un intervento legislativo la cui linea portante sia la connessione del turismo con le attività culturali immateriali, quindi con lo spettacolo e – specificatamente – con i festival, con l'obiettivo di promuovere un'azione governativa coordinata fra diversi Ministeri (Economia, Beni, Attività Culturali e Turismo, Attività produttive, Istruzione, Trasporti), al fine di definire un indirizzo politico ed amministrativo unitario sul turismo, in particolare culturale, e sullo spettacolo, volto anche ad evitare che provvedimenti di altri Ministeri che non siano quelli di stretta competenza, vanifichino con atti di segno contrario eventuali benefici recati nello specifico alle materie in oggetto.

Italiafestival ritiene, inoltre, che nei rapporti con l'estero il Governo, al fine di sostenere l'immagine dell'Italia nella sua unitarietà, debba favorire una politica sinergica tra le diverse Istituzioni che sono chiamate a promuovere e a diffondere la nostra cultura oltre i confini nazionali, come l'ENIT, gli Istituti Italiani di Cultura all'estero, l'ICE, sotto il coordinamento del Ministero degli Affari Esteri.

Italiafestival ribadisce, infine, la necessità che lo spettacolo dal vivo, in generale, e i festival, in particolare, siano

maggiormente coinvolti dal Governo nella individuazione degli indirizzi della politica culturale e turistica, se non attraverso la partecipazione diretta a “tavoli istituzionali” come, ad esempio, quello istituito presso il MiBACT sul turismo-culturale, quantomeno attraverso l’attivazione di un canale di ascolto nella logica del dialogo vincente tra lo Stato e il mondo del no profit.

Italiafestival

www.italiafestival.it



I NUMERI DI ITALIAFESTIVAL

Italiafestival ha condotto un'indagine che mette in luce i principali aspetti gestionali e produttivi dei festival.

Ne è venuta fuori una fotografia complessiva del settore dei festival in Italia sulle principali voci dei ricavi e dei costi, sulla domanda (numero di spettatori) e sull'offerta (numero di manifestazioni) nell'arco di tempo complessivo di durata delle manifestazioni.

E' stato anche stimato l'indotto complessivamente creato dai festival in termini di reddito sul territorio sulla base delle spese relative ai viaggi, al vitto e all'alloggio delle presenze turistiche e del personale impiegato nel periodo del festival.

Italiafestival è un campione ben rappresentativo dell'affollato e variegato panorama dei festival italiani perché riunisce sia festival monotematici (lirica, musica, teatro, danza) che quelli interdisciplinari.

E' anche un campione statisticamente rilevante, se si considera che:

- Presi come riferimento i festival musicali, che sono quelli in numero maggiore sovvenzionati dallo Stato, rispetto al teatro e alla danza, quelli aderenti a Italiafestival assorbono il **55%** del Fus musica assegnato al settore festival.
- Si contano in Italia **260** festival attivi dall'ultimo rapporto sull'Economia della Cultura in Italia.
- Tra questi **260** esistono realtà estremamente volatili perché dipendenti dalle sorti dell'amministrazione locale di turno, senza aver un consolidato rapporto con l'ente locale.
- Una prerogativa di Italiafestival è invece quella di associare festival che danno una solida garanzia di continuità artistica ed operativa (come minimo in attività da almeno dieci anni), che dispongono di una struttura tecnico-organizzativa permanente e di un direttore artistico di prestigio culturale.

RICAVI

Le fonti di finanziamento

Stato (FUS)	29,20%
Regione	20,10%
Enti Locali (Provincia + Comune)	17,50%
Vendita biglietti	15,82%
Enti Privati (contributi sotto forma di partecipazione alla gestione del festival)	9,05%
Sponsor	8,33%

I finanziamenti ricevuti dallo Stato sono la fonte principale di entrata. Seguono i contributi della Regione e degli Enti Locali.

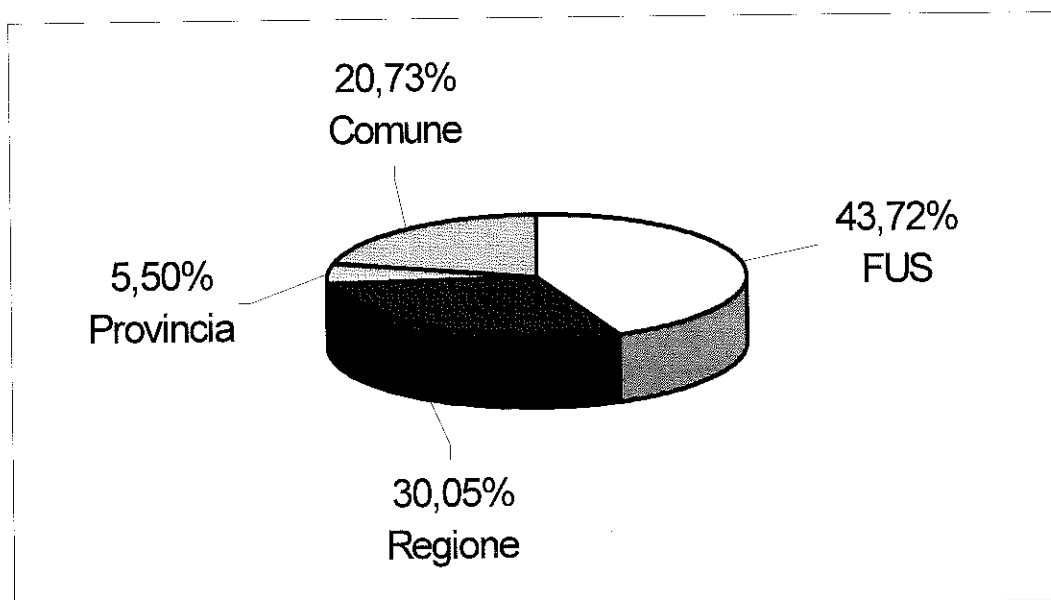
Sul piano dei pubblici finanziamenti, si evince come il principio giuridico del concorso di competenze tra lo Stato, le Regioni e gli Enti locali assunto con la riforma dell'art.117 della Costituzione trovi già una sua concreta applicazione sul piano finanziario attraverso un apporto abbastanza equilibrato tra i tre soggetti finanziatori pubblici che è confermato anche osservando, dal grafico di seguito riportato, la composizione dei contributi pubblici da cui emerge che lo Stato incide per il **43,72%**, la Regione per il **30,05%** e gli enti locali (Provincia **5,50%** e Comune **20,73%**) per il **26,23%**.

FESTIVAL

Composizione Contributi pubblici

FONTE	IMPORTO	%
Stato (FUS)	4.494.967,00	43,72
Regione	3.088.522,84	30,05
Provincia	564.562,56	5,50
Comune	2.131.527,32	20,73
TOTALE	10.279.579,72	100

Figura 2.



Lo Stato, attraverso il FUS, resta il primo soggetto sovventore nonostante che la quota complessivamente assegnata ai festival di musica, teatro, danza e cinema sia pari solamente al **3,49%** del FUS nella sua totalità, con la punta più bassa per i festival di teatro che è **l'1,10%** rispetto alla parte del FUS assegnato al settore prosa e con la punta più alta per la musica del **12,17%**.

L'incidenza delle entrate proprie (vendita biglietti **15,82%**) sul totale delle entrate è il primo indicatore della capacità di autofinanziamento della gestione.

Le entrate proprie si riferiscono principalmente alla vendita di biglietti che incidono per il **47,60%** sulle entrate da fonte privata.

La capacità di autofinanziamento esprime l'esistenza di un consenso da parte del pubblico e lo sforzo di ricercare risorse da fonti private in cui rientrano sponsor (**8,33%**) e i contributi provenienti da enti privati sotto forma di partecipazione alla gestione del festival (**9,50%**).

Tali valori confermano quanto accade anche negli altri settori dello spettacolo e cioè che lo spettacolo è stato oggetto di una sorta di delega sociale a favore dello Stato, con interventi dei privati tradizionalmente residuali da non poter immaginare che possano essere considerati sostitutivi dell'attuale spesa pubblica.

Dalla scomposizione delle entrate nelle due macro categorie, pubbliche e private, si vede come il **66,80%** dei ricavi proviene da fondi pubblici (Stato, Regione, enti locali) e il **33,30%** da privati (enti privati, sponsor, botteghino).

Questo risultato è di segno specularmente opposto a quello che emerge dai dati forniti dall'Associazione Nazionale dei Festival del Regno Unito in cui è il **69%** dei ricavi a provenire da botteghino, sponsor e donazioni mentre il **30%** dalla spesa pubblica .

I due risultati rispecchiano i due modelli opposti l'uno anglosassone che privilegia appunto interventi indiretti dello Stato attraverso forti incentivi fiscali ai privati e l'altro che, invece, poggia sulla sovvenzione diretta, come quello italiano.



COSTI

(Modalità di impiego delle risorse)

Dei costi, sono state prese in considerazione le voci relative ai cachet per artisti appositamente scritturati per ogni spettacolo, al personale riferito al personale amministrativo e tecnico e alle masse artistiche (coro e orchestra) limitatamente ai festival che svolgono attività lirica, agli allestimenti e alla promozione.

Il costo che incide maggiormente (**38,20%**) è quello relativo ai cachet; a seguire, il personale (**33,70%**) e gli allestimenti (**18,20%**).

Il **9,90%** viene speso per la promozione.

Personale, cachet e allestimenti possono sintetizzarsi nella voce “spese di produzione” in senso lato, in quanto il fattore lavoro è parte integrante del prodotto finito perché l’attività stessa degli artisti è il prodotto di cui lo spettatore usufruisce.

I Contributi Pubblici coprono il **75,42%** del totale dei costi considerati mentre con le entrate private si copre il **37,51%** del costo totale.

Si riscontra da questo risultato una certa dipendenza della gestione dalle risorse pubbliche, per il divario tra le due percentuali afferenti il diverso peso che hanno i contributi pubblici e quelli privati nella copertura dei costi.



INDOTTO ECONOMICO E OCCUPAZIONALE **Domanda e Offerta**

A fronte del contributo complessivo dello Stato, il festival produce un indotto, un ritorno cioè in termini economici derivante dalle presenze turistiche e del personale impiegato nel periodo del festival, pari a quattro volte circa la somma erogata dallo Stato.

In Italia il settore dello spettacolo è vissuto più come un onere che una risorsa e questo dato dimostra, invece, che quella dello Stato non è una spesa ma un investimento produttivo che crea un processo virtuoso e che il festival ha la capacità quindi di produrre, grazie al suo indotto, sviluppo economico e di generare reddito nell’economia del Paese, oltre che benefici culturali, sociali, occupazionali e positive ricadute d’immagine sulle città sedi dei festival.

Sul versante della domanda, il numero degli spettatori è stabilito intorno alle 160.000 presenze nell’arco di tempo complessivo di durata dei festival (con un range che va da un massimo di 60 giorni, ad un minimo di 9 giorni).

Sul fronte dell’offerta, si contano circa **400** manifestazioni annuali (tra lirica, musica, danza e teatro) per le quali vengono scritturati quasi **1700** artisti.

Roma, 19 luglio 2012