

# Conseguenze post Covid-19 sul settore culturale cuneese

Principali risultati



# Metodologia e target della ricerca

---

## Impianto metodologico

L'indagine è stata svolta in due fasi:

- 15 interviste semistrutturate a organizzazioni culturali (Luglio-Settembre)
- focus group con 10 dei soggetti precedentemente intervistati (20 novembre 2020 in remoto)

## Target della ricerca

In accordo con Fondazione CRC, l'indagine si è focalizzata sull'impatto generato dalla pandemia sui soggetti riconducibili alla categoria delle "imprese culturali", caratterizzati da un modello economico-finanziario e da un approccio più tipicamente imprenditoriale.

Sono state escluse, quindi, le istituzioni culturali di maggiore dimensione e gli enti pubblici — con l'eccezione della Biblioteca civica di Cuneo che è stata coinvolta nel focus group, con la direttrice Stefania Chiavero.

# Organizzazioni coinvolte

Ente	Territorio	Area	Attività prevalente
Collisioni	Collina	Albese	Eventi
Fondazione Cesare Pavese	Collina	Albese	Eventi e divulgazione
Associazione Ideagorà - Mirabilia	Città	Saluzzese	Eventi e spettacoli
Parco Culturale Alta Langa	Montagna	Monregalese	Beni culturali
Kalata	Città/pianura	Monregalese	Beni culturali
Fabbrica dei Suoni	Pianura/montagna	Cuneese	Didattica
Art.ur	Città	Cuneese	Eventi e mostre
Fondazione Nuto Revelli	Montagna	Cuneese	Beni culturali
Kosmoki	Montagna	Cuneese	Eventi e video
Cinema Vekkio	Città	Monregalese	Eventi
Compagnia il Melarancio	Città	Cuneese	Teatro
Associazione Monfortese delle arti	Città	Albese	Eventi
Dialog.art	Città/pianura	Saluzzese	Beni culturali
APM Saluzzo	Città	Saluzzese	Alta formazione musicale
Balla Coi Cinghiali	Montagna	Cuneese	Eventi

# Impatti economici

---

- ✓ La pandemia ha colpito duramente anche a causa del mancato preavviso: non si è trattato di una crisi annunciata ma di un vero e proprio «**cigno nero**», una variabile che ha impattato nel momento stesso in cui si è rivelata.
- ✓ Le ripercussioni maggiori sono state registrate dalle organizzazioni che basavano la loro sostenibilità sulla vendita al pubblico e alle aziende di servizi e prodotti: gli **introiti da biglietti, sponsor o iscrizioni** si sono fortemente contratti, in alcuni casi azzerati.
- ✓ Tranne casi specifici, **fondazioni ed enti pubblici** sono apparsi lenti nel modificare le proprie impostazioni di intervento per adattarle alle mutate condizioni del contesto, anche perché concentrati su altre priorità (economiche, occupazionali, sociali, etc.)

# Impatti sull'occupazione

---

- ✓ La pandemia ha inciso significativamente sul **livello di impiego** nelle organizzazioni culturali intervistate.
- ✓ Le organizzazioni hanno dovuto ridurre o annullare il rapporto con i **collaboratori esterni**, per salvaguardare almeno il posto allo staff interno composto da dipendenti.
- ✓ Per i dipendenti si è fatto ricorso in ampia misura alla **Cassa integrazione parziale**, in modo da mantenere un minimo di rapporto lavorativo per la gestione ordinaria delle attività (es. comunicazione, amministrazione) o per la scrittura di progetti in risposta a bandi e programmi di finanziamento istituzionale.

# Attività svolte durante l'emergenza

---

- ✓ **Chiusura** dei siti culturali e **sospensione** delle attività e dei servizi in presenza.
- ✓ Lavoro di **progettazione**, impegno su bandi e altre opportunità di finanziamento, pur nell'incertezza di prospettive, per recuperare risorse (ordinarie e straordinarie).
- ✓ Attenzione ai **canali digitali e sviluppo di competenze** per mantenere caldo il rapporto con i propri pubblici, pur nell'assenza di attività in presenza.
- ✓ Mantenimento dei **rapporto con stakeholder e partner**, anche se l'impossibilità di programmare e progettare ha fortemente limitato le attività anche in ottica futura.
- ✓ Nei **periodi di riapertura** e di attività estiva, **risposta molto positiva del pubblico** rispetto ai periodi corrispondenti degli altri anni, probabilmente dovuta a un maggior desiderio di vivere esperienze culturali in presenza.

# Principali fabbisogni espressi

---

- Richiesta trasversale di un **piano di misure speciali a sostegno del settore**.
- Valutazione adeguata delle **perdite del settore**, che talvolta si concentrano in specifici momenti dell'anno.
- Promuovere un maggiore riconoscimento del grande **impatto economico sul territorio** delle organizzazioni culturali.
- Bisogno di nuovi **spazi nuovi a disposizione**, per garantire distanziamento e rispetto delle misure di sicurezza.
- Necessità di una **convergenza strategica** sugli obiettivi di lavoro e investimento con i principali stakeholder, per individuare percorsi comuni su cui investire in modo congiunto.

# Principali fabbisogni espressi

---

Rispetto al tema delle **risorse economiche** necessarie a traghettare l'emergenza, si evidenziano in particolare due bisogni diffusi.

- Da una parte il bisogno di **liquidità** a breve termine per salvaguardare le risorse umane e ridurre l'eventuale esposizione bancaria — sopperendo anche alla lentezza nell'erogazione dei contributi istituzionali.
- Dall'altra emerge la forte esigenza di avere una **previsione verosimile** sulle risorse per il 2021 e il 2022, necessaria per pianificare le attività del prossimo periodo, soprattutto alla luce dell'incognita del fatturato.



# Focus sul digitale

---

- ✓ Pur con qualche eccezione, le organizzazioni coinvolte nel focus group hanno dichiarato l'**inadeguatezza di risorse e competenze** rispetto alle sfide poste dal digitale e alla competizione, sia sul versante del mercato (dominato dai grandi player del digitale), sia per la quantità di contenuti fruibili e spesso gratuiti.
- ✓ Pesa molto il **digital divide** tra le diverse aree del territorio, in primis tra aree montane e aree urbane di pianura. Lavorare in zone marginali significa spesso non poter accedere alle infrastrutture digitali di base (a partire connessione a banda larga) senza le quali sono limitate sia la fruizione che la diffusione.
- ✓ A questo elemento si aggiunge il **knowledge divide** che spesso ricalca differenze sociali, culturali e generazionali.

# Focus sul digitale

---

- ✓ Per avviare processi di trasformazione digitale strutturali e capaci di generare impatto, occorrono **percorsi coordinati e investimenti** che, seppur non fuori portata, eccedono la dimensione media dei contributi generalmente a disposizione.
- ✓ Disponibilità a definire **percorsi di formazione multimediale** rivolti agli operatori, per sviluppare nuove competenze e **riqualificare le figure professionali** nel nuovo contesto.

# Focus su rapporti con le comunità

---

- ✓ In questo ambito, le organizzazioni si sentono maggiormente attrezzate ed esprimono un **maggiore ottimismo**. Nei mesi di lockdown hanno già potuto sperimentare e valutare **modalità alternative** di utilizzo degli spazi e lavorare sullo sviluppo di **nuove progettualità** rivolte alle comunità locali.
- ✓ Le restrizioni hanno stimolato il ripensamento e la valorizzazione di **spazi rigenerati e outdoor** come location alternative per la fruizione in sicurezza delle attività culturali. In termini di *policies*, questo fenomeno potrebbe suggerire iniziative di supporto economico da parte delle istituzioni a interventi rivolti agli spazi all'aperto.

# Focus su rapporti con le comunità

---

- ✓ Le restrizioni dovute all'emergenza hanno portato inaspettatamente alcune novità che possono costituire delle interessanti opportunità per il settore e il territorio: dalla **riscoperta dei contesti locali**, al **nuovo pubblico di prossimità** tra seconde case, smart working e “city quitters”.
- ✓ Altra sfida e opportunità di investimento è il **rapporto con le scuole**, nella prospettiva di un'**alleanza tra cultura e didattica**, già al centro del lavoro di diverse organizzazioni e oggi attuale anche per problemi sociali (abbandono scolastico, ecc.).

# Indicazioni per il sostegno al settore

---

- ✓ Alcune critiche rispetto ai **contributi di emergenza** hanno riguardato la scelta dei destinatari che è stata fatta basata su macro-categorie tradizionali senza distinguere tra soggetti più o meno attivi, più o meno esposti sul mercato e più o meno danneggiati dall'emergenza.
- ✓ La maggior parte dei soggetti coinvolti ritiene infatti che in questo momento, dopo il sostegno più generalizzato al settore, sia necessario selezionare, **premiando merito e impatto**, per non rischiare che tutta l'offerta vada in crisi.

# Indicazioni per il sostegno al settore

---

- ✓ Soprattutto gli **operatori** che negli anni hanno maggiormente investito **sul mercato** per aumentare la loro autonomia dal sostegno istituzionale necessiterebbero ora di un sostegno specifico per traghettare le proprie organizzazioni fuori dalla fase di emergenza.
- ✓ Esigenza di sviluppare un **ragionamento condiviso** che affronti i **criteri di valutazione**, anche ai fini della definizione dei nuovi bandi e contributi.