



Musei e festival volano ma la Città investe poco

CLAUDIA LUISE - PP. 44-45

La nuova vocazione resta incompiuta: la spesa pro capite è distante dalle altre città

Cultura, scommessa a metà musei in costante crescita ma il pubblico investe poco

IL DOSSIER

CLAUDIA LUISE

Nella narrazione che Torino ha provato a dare di sé al resto d'Italia e del mondo la cultura da oltre un ventennio è un pilastro fondamentale, tassello – molto simbolico – per raccontare la metamorfosi di una città: dalle ciminiere ferrose allo scintillio dei musei e dei

grandi eventi. È stata una scommessa: in parte vinta; in parte – come molte cose a Torino – rimasta a metà del guado. Eppure non c'è sindaco recente che non l'abbia messa al centro del suo progetto.

Alla fine di un ventennio tumultuoso il rapporto di Torino con la cultura è rimasto una parabola interrotta. Certo, i musei hanno quasi quadruplicato il numero di visitatori, passando da 1.216.454 nel 1998 a 4.964.769 nel 2019, salvo poi precipitare a 1.299.197 nel 2020 stravolto dalla pandemia e per questo statisticamente irrilevante. È stata una cavalcata trionfale, realizzata da un intero sistema in cui spiccano tre realtà trainanti. Il museo Egizio, una curva perennemente ascendente: 432 mila ingressi nel 1998, 508 mila nel 2000, 576 mila nel 2010, 773 nel 2015, 853 mila nel 2019. La Reggia di Venaria, la gem-

ma esplosa nel 2007: dai 66 mila visitatori dell'anno prima a 235 mila, l'anno dopo quasi 700 mila e poi il boom del 2017, sfondato il muro del milione di accessi, salvo poi retrocedere e assestarsi a 820 mila. Infine, il museo del Cinema: una crescita costante negli ultimi anni arrivata ai 674.223 del 2019.

Molto hanno inciso gli investimenti e gli allestimenti, i restyling. Moltissimo ha fatto il vestito di una città apparsa finalmente accogliente ai turisti, divertente, piena di sorprese. E in questo un ruolo l'ha senz'altro ricoperto il lavoro del territorio, degli enti locali: la scommessa su una nuova vocazione.

C'è però un punto debole in questa parabola, che la rende una transizione incompleta o depotenziata. La scommessa sulla cultura avrebbe dovuto essere percorsa con ambizione e tenacia, che poi al di là dei progetti significa risorse e investimenti. E invece Torino, oggi – ma in realtà da un decennio – vive nel tentativo di mantenere lo status quo, non retrocedere rispetto ai livelli raggiunti. Non lavora per crescere bensì per non perdere posizioni. E si vede. Nel 2019 il territorio tori-

nese (capoluogo e provincia) ha speso poco meno di 47 milioni a sostegno della cultura. Meno del 2016, anno del passaggio di testimone tra Fassino e Appendino, ma soprattutto meno di gran parte delle città metropolitane d'Italia, almeno in rapporto al bilancio generale e alla popolazione. Secondo le statistiche raccolte dal rapporto Rota l'investimento

4.964.769

i visitatori nei musei torinesi nel 2019 anno pre Covid; nel 1998 erano da 1.216.454

93,7%

il record di stanze d'albergo occupate per Juve-Valencia del novembre 2018

in cultura rappresenta appena l'1,6% del bilancio complessivo che vale poco più di 3 miliardi. Milano, ad esempio, non solo spende oltre il doppio in termini assoluti ma investe in atti-

vità culturali il 2,8% del proprio budget. Anche Genova destina il 2,7% del suo bilancio alla cultura, Venezia si ferma al 2%, come Firenze e Roma, Bologna il 2,4, Bari e Cagliari tra il 2 e il 3% e Trieste addirittura il 4,4%. Sono scelte politiche e – come tutte le scelte politiche – sono lo specchio delle priorità e dei progetti.

Questo dato si trasferisce quasi automaticamente sulla spesa pro capite: Torino spende in cultura 53 euro contro i 77 di Milano, i 63 di Venezia e 93 di Trieste per non parlare dei 101 di Roma.

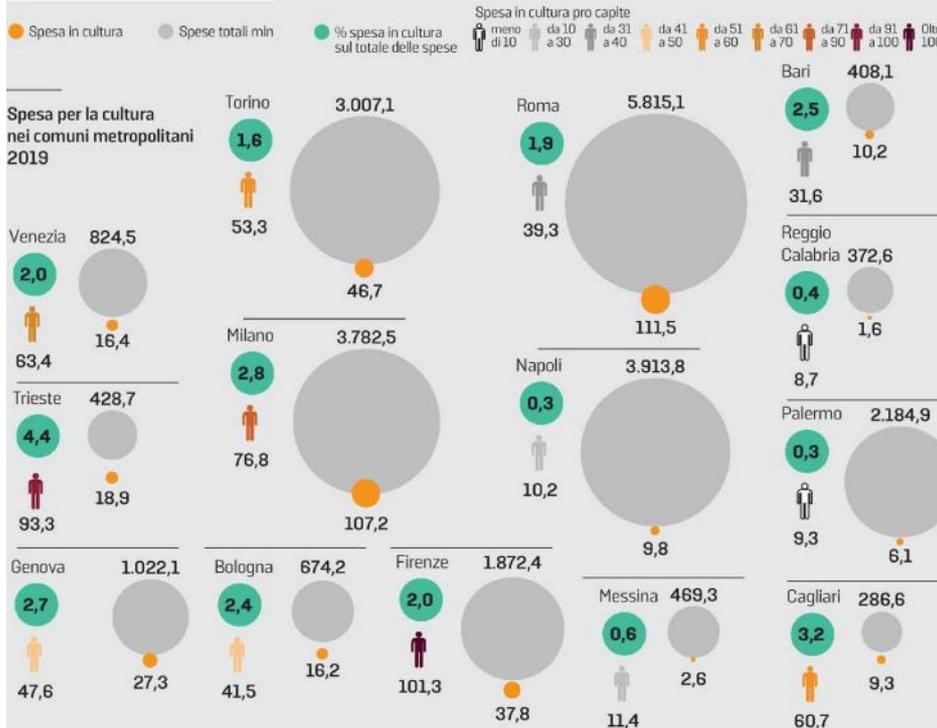
Se la cultura galleggia, quel che sembra mancare – ma sarebbe essenziale per attrarre turisti da fuori – sono gli eventi. Come dimostra uno studio sull'occupazione delle camere d'albergo nel 2019 non sono i week end o le vacanze di Natale e Pasqua, e nemmeno gli appuntamenti fissi come il Salone del Libro, a trainare il turismo ma gli appuntamenti «one shot», proprio quelli su cui Torino da anni latita un po': i congressi, i grandi concerti. Resta la Juventus, che fa la differenza però non dipende dalle scelte del territorio bensì dai risultati sportivi della squadra. —

Data: 03.09.2021
Size: 781 cm2
Tiratura:
Diffusione:
Lettori:

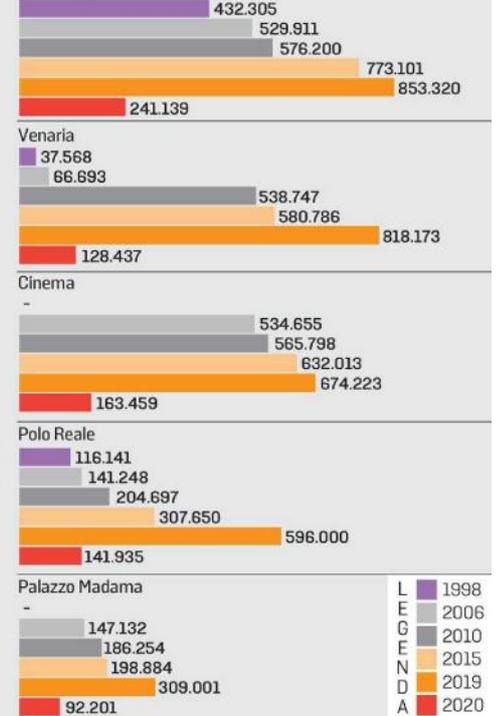
Pag.: 47,52,53
AVE: € 212432.00



I NUMERI DEL COMPARTO



Visitatori per singolo museo dell'area torinese



Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile