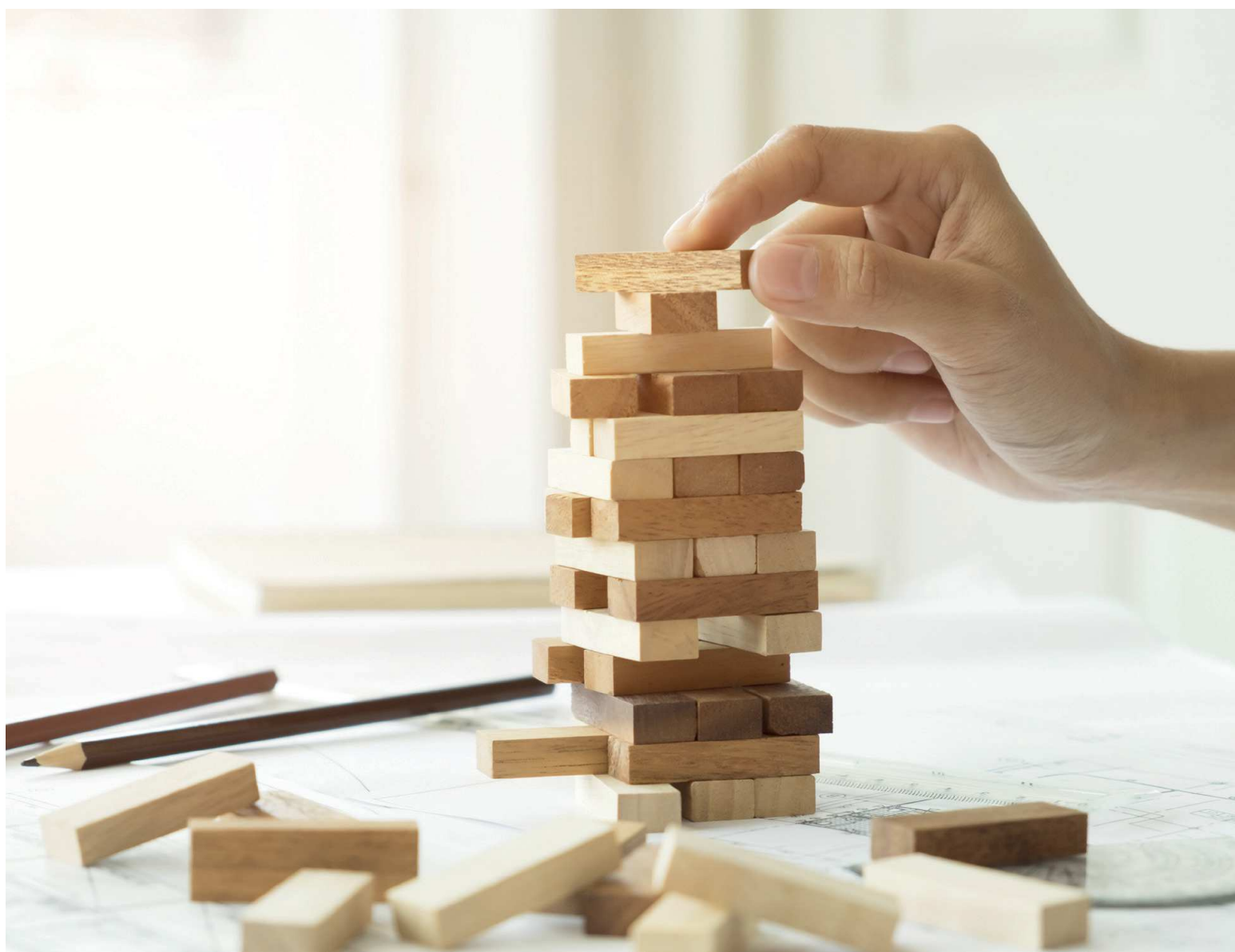
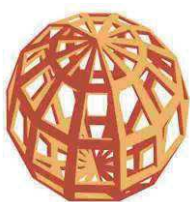


ANALISI DEGLI IMPATTI COVID-19 SUL LATO DELL'OFFERTA E DELLA DOMANDA DI SERVIZI CULTURALI



STUDIO
PER IL SOSTEGNO ALLA COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE
E PER LO SVILUPPO ECONOMICO DEL TERRITORIO
2020 - I edizione



FEDERCULTURE

**Analisi degli impatti COVID-19 sul lato dell'offerta
e della domanda di servizi culturali**

Rapporto di ricerca
Febbraio 2021

La ricerca è stata commissionata dalla Camera di Commercio di Roma a Federculture in seguito alla partecipazione al bando Per il sostegno alla competitività delle imprese e per lo sviluppo economico del territorio 2020 – I edizione



FEDERCULTURE

Responsabile di progetto

Umberto Croppi

Gruppo di lavoro

Roberto Formato, Coordinatore scientifico

Flavia Camaleonte

Matteo Di Ciccio *(per il paragrafo 6.2.2)*

Luca Introini

Giulia Sbianchi *(per il paragrafo 6.2.1)*

La cultura rappresenta un aspetto fondamentale per la vita della nostra città e del nostro Paese. L'Italia è al primo posto nella Lista del Patrimonio Mondiale dell'UNESCO con 55 siti culturali, fra i quali: il centro storico di Roma con le proprietà della Santa Sede che godono dei diritti di extraterritorialità; la Basilica di San Paolo Fuori le Mura, Villa Adriana e Villa d'Este.

La cultura, e l'arte che ne è parte integrante, costituiscono un patrimonio collettivo di conoscenze inestimabile ed essenziale per la crescita degli individui e della comunità sociale ed economica nel suo insieme. Una funzione tanto più vitale in momenti di crisi come quello che stiamo attraversando.

Questo straordinario patrimonio artistico è strettamente correlato con le molteplici filiere di produzione dell'industria creativa, che rappresentano comparti di eccellenza del terziario avanzato in cui la città di Roma ha una forte specializzazione. La ricchezza culturale è poi alla base di quei principi costitutivi - quali la ricerca della bellezza, della qualità e dell'eccellenza - che rendono il *made in Italy* conosciuto in tutto il mondo.

Insieme alla sua funzione sociale, la cultura rappresenta anche un potente volano di sviluppo economico. Per una città come Roma, puntare sulla cultura e sull'arte è una scelta vincente, anche nell'ottica di dare impulso al turismo.

Il binomio turismo-cultura è stato tra quelli più messi a dura prova dall'emergenza epidemiologica Covid-19 in Italia come nel mondo, in conseguenza delle chiusure forzate imposte dai governi che hanno praticamente azzerato i flussi del turismo internazionale e hanno provocato la chiusura della quasi totalità dei musei nel mondo e l'interruzione di ogni forma di spettacolo, dal vivo e non. Ma, paradossalmente, proprio questa situazione così estrema ha reso ancora più evidente l'importanza della cultura e dell'arte, la loro forte resilienza e la capacità di reagire al *lockdown* con soluzioni creative e attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie in modalità e quantità inedite rispetto al passato. L'iniziativa di tanti artisti e istituzioni culturali ha reso più sopportabile l'isolamento sociale e ha aperto nuovi canali di comunicazione con il pubblico.

La pandemia ci consegnerà un mondo diverso: un mondo in cui il valore della cultura, per le persone e per la società, è destinato ad avere un peso differente e più rilevante.

Guardando alla ripartenza, uno dei temi su cui prestare maggiore attenzione è quello di identificare i settori trainanti della nostra città, tra i quali la cultura figura a pieno titolo. Più in generale, è necessario tornare a dare centralità alla cultura quale strumento irrinunciabile per far ripartire il Paese, nella consapevolezza che cultura di qualità e turismo di qualità saranno fattori centrali nel nuovo modello di sviluppo che si sta affermando a livello europeo, in cui le tecnologie digitali e i principi di sostenibilità avranno un ruolo centrale.

A questo tema si lega strettamente la necessità di assicurare, con particolare riferimento alle piccole imprese, un livello di competenze adeguato ad affrontare il processo di trasformazione digitale e sostenibile.

Tutte le politiche di sviluppo, al fine di essere mirate ed efficaci, necessitano di essere fondate su analisi approfondite, come il presente lavoro, "Analisi degli impatti Covid-19 sul lato dell'offerta e della domanda di servizi culturali".

Come si evince anche dai risultati della ricerca, l'elemento su cui gli attori istituzionali dovranno puntare nell'ottica del rilancio di questi settori è la contaminazione.

Tale contaminazione dovrà sostanziarsi nell'incremento e nella diversificazione dell'offerta culturale del territorio romano, quali elementi chiave in grado di accrescere la proiezione internazionale della nostra città e di massimizzare la sua capacità attrattiva nei confronti di turisti, talenti e investitori esteri.

Lorenzo Tagliavanti
Presidente
Camera di Commercio di Roma

Con questa ricerca si realizza un nuovo capitolo di una collaborazione tra la Camera di Commercio di Roma e Federculture che dura ormai da molti anni. Attraverso il bando lanciato con assoluta tempestività la Camera di Commercio ha cofinanziato una ricerca svolta nel momento di maggiore crisi dovuta alla pandemia da Covid. Alcuni fattori hanno caratterizzato il periodo preso in esame: si era ancora nella fase della prima emergenza, con conseguenze più marcate sulla gestione dei servizi sanitari e lo *shock* provocato da una misura mai conosciuta prima, il *lockdown*.

Era il momento della massima preoccupazione e della maggiore incertezza sulle prospettive di fine emergenza e ripartenza. Può sembrare quindi un tempo lontano della vita del nostro Paese, in realtà, purtroppo, la situazione si è dimostrata peggiore anche delle previsioni più negative: a distanza di un anno siamo ancora costretti a convivere con la diffusione del morbo e con le conseguenti misure eccezionali.

Certo la ricerca scientifica ha fatto progressi rapidi, consentendo il contenimento della malattia con una massiccia campagna di vaccinazione, il sistema sanitario ha adeguato le proprie strutture, le politiche di sostegno del governo e, soprattutto, dell'Europa hanno garantito a molte categorie misure di sostegno e l'aspettativa di una ripresa rapida. Tuttavia la rilevazione svolta "a caldo" rappresenta uno strumento che appare tuttora valido per capire quali siano i punti deboli del nostro sistema produttivo di fronte ad eventi traumatici, quali le esigenze e quali gli aspetti di crisi latente che l'emergenza ha soltanto fatto affiorare in maniera radicale.

Lo sguardo assegnato alla nostra Federazione è, ovviamente, quello della cultura: eppure emerge chiaro il fatto che questo vasto territorio comprende una grande quantità di attività, che vanno dai servizi alla gestione, dalla distribuzione alla produzione artistica o quella della creazione di beni.

E, ancora, le attività culturali forniscono un apporto essenziale in termini di contenuti e raccordo per molte altre attività economiche: turismo, commercio e industria propriamente detta. Basti pensare all'audiovisivo che per la città di Roma e il territorio del Lazio da un apporto determinante nel Pil, fino a costituire uno degli elementi identitari della nostra regione.

In questo studio abbiamo utilizzato diversi livelli di lettura e indagine, a partire dagli scenari nazionali e le tendenze di fondo, per calarli nello specifico dell'area di interesse della Camera di Commercio di Roma, fino a utilizzare la rete dei nostri associati per svolgere interviste dirette agli operatori, quelli che sul campo hanno il controllo dei dati ma, ancor di più, sono in grado di esprimere punti di vista originali e un sentiment che i puri dati non possono restituire.

Siamo certi che l'individuazione di questo metodo di analisi, frutto del confronto e della collaborazione tra istituzioni che hanno missioni diverse ma complementari e necessariamente convergenti, costituisca un esempio da perseverare e possa risultare utile nell'autocomprensione per le categorie produttive e come strumento di confronto con la Pubblica Amministrazione per elaborare i provvedimenti urgenti, come pure quelli di medio periodo, per rispondere insieme alla contingenza e alle domande di fondo del nostro sistema economico.

Umberto Croppi
Direttore di Federculture

Sommario

Indice Figure.....	7
Indice Tabelle	8
EXECUTIVE SUMMARY	9
PARTE PRIMA.....	10
LO SCENARIO INTERNAZIONALE.....	10
1. IMPATTO DELLA PANDEMIA	11
1.1. Impatto sul settore turistico	11
1.1.1. Impatto sulla domanda turistica internazionale	11
1.1.2. Impatto sull'economia del turismo	16
1.1.3. Impatto sulle imprese turistiche	21
1.1.4. Impatto sulle destinazioni turistiche.....	24
2. LA DIFESA. CONTINUITÀ DELL'IMPATTO NEL BREVE TERMINE.....	26
2.1. Obiettivi di breve termine	26
2.2. Azioni intraprese dalle imprese.....	26
2.3. Azioni intraprese a livello governativo	28
2.3.1. Mitigazione immediata dell'impatto della pandemia	29
2.3.2. Protezione dei turisti	30
2.3.3. Supporto ai lavoratori e alle imprese.....	30
2.3.4. Supporto alle attività turistiche lungo tutta la filiera	31
3. LA TRANSIZIONE. PROMOZIONE DEL GRADUALE RIPRISTINO DEI FLUSSI TURISTICI	37
3.1. Interventi già avviati a livello internazionale.....	37
3.1.1. Ulteriore supporto per favorire il rilancio dell'economia turistica.....	37
3.2. Gli aspetti critici	52
3.3. Le opportunità.....	53
3.3.1. L'attenzione per la sostenibilità.....	53
3.3.2. La sfida dell'attrazione della popolazione locale.....	54
4. IL RIPOSIZIONAMENTO. POTENZIALI VANTAGGI DEL "NEW NORMAL"	55
4.1. Scenari evolutivi del turismo a livello internazionale.....	55
4.1.1. Previsioni relative alla domanda turistica internazionale	55
4.1.2. Nuove attitudini dei viaggiatori e modifica dei comportamenti di viaggio	56
4.2. Evoluzione delle politiche per il turismo	57
4.2.1. Analisi SWOT per il turismo internazionale.....	57
4.2.2. Ristrutturazione dell'economia del turismo per il futuro	59
4.2.3. Ricostruzione delle destinazioni e dell'ecosistema turistico	61
4.2.4. Innovazione e rilancio degli investimenti	63

5. L'IMPATTO SUL SETTORE CULTURALE	66
5.1. Quadro generale	66
5.2. Impatto in Europa.....	67
5.2.1. Impatto sull'occupazione.....	67
5.2.2. Impatto sulla tutela sul patrimonio.....	67
5.2.3. Impatto socio-economico.....	69
5.2.4. Implicazioni culturali.....	69
5.2.5. Implicazioni finanziarie.....	70
5.2.6. Azioni nel campo della comunicazione.....	71
5.3. Raccomandazioni espresse a livello europeo	72
5.3.1. Sostegno al personale e alla sicurezza del lavoro	72
5.3.2. Assicurazione della sicurezza dei siti, dei contenuti e dei visitatori.....	73
5.3.3. Gestione degli impatti socio-economici della crisi.....	74
5.3.4. Gestione degli impatti culturali della crisi.....	75
5.3.5. Gestione degli impatti finanziari della crisi.....	76
5.3.6. Gestione della comunicazione e delle reti.....	77
PARTE SECONDA	80
LO SCENARIO NAZIONALE E LOCALE.....	80
6. IMPATTO DELLA PANDEMIA SUL SISTEMA TURISTICO e CULTURALE NAZIONALE E LOCALE.....	81
6.1. Scenario turistico nazionale.....	81
6.1.1. Gli effetti sul movimento turistico nazionale nel 2020.....	81
6.1.2. Potenziali conseguenze di un ulteriore lockdown.....	84
6.2. Scenario culturale nazionale	86
6.2.1. Gli effetti sul settore culturale nazionale.....	86
6.2.1.1. Descrizione dei rispondenti.....	87
6.2.1.2. Gestione fase 1 dell'emergenza Covid-19.....	89
6.2.1.3. Impatto economico dell'emergenza sanitaria	92
6.2.2. La reazione del settore	98
6.3. Lo Scenario romano.....	105
6.3.1. Il punto di vista delle imprese culturali romane	105
6.4. La Camera di Commercio di Roma nello scenario COVID e POST-COVID.....	111
6.4.1. Tra mandati formali e vocazioni territoriali.....	111
6.4.2. Ambiti e modalità di intervento	112
6.4.3. Benchmark ed esperienze dal mondo camerale.....	117
7. IL MODELLO STRATEGICO	125
7.1. Il quadro strategico della Camera di Commercio di Roma	125
7.2. Scenario per le aziende culturali romane.....	136

BIBLIOGRAFIA.....	141
SITOGRAFIA GENERALE.....	143
SITOGRAFIA DI ORGANIZZAZIONI INTERNAZIONALI SUL COVID-19	143
SITOGRAFIA DEL SETTORE PRIVATO SUL COVID-19.....	143
ACRONIMI.....	144

EXECUTIVE SUMMARY

Il presente lavoro risponde agli obiettivi del progetto “*Analisi degli impatti COVID-19 sul lato della offerta e della domanda di servizi culturali*”, la cui esecuzione è stata commissionata dalla Camera di Commercio di Roma a Federculture in seguito alla partecipazione al bando Per il sostegno alla competitività delle imprese e per lo sviluppo economico del territorio 2020 – I edizione

L’analisi si articola in tre sezioni principali. Nella prima viene elaborata l’analisi dell’impatto della pandemia sul settore turistico e culturale, evidenziando – a livello internazionale – gli effetti acclarati sul movimento turistico, sul reddito e sull’occupazione e le “contromosse” adottate da governi e imprese. Gli impatti sono analizzati con riferimento al contesto immediato, di breve termine e rispetto agli scenari potenziali di medio-lungo termine. Mentre nell’immediato e nel breve termine l’attenzione è rivolta al contenimento dei drammatici effetti della pandemia o, al più, ai primi tentativi di rilancio, lo scenario di lungo termine porta con sé anche prospettive di sviluppo connesse alla modifica del paradigma di riferimento e l’affermazione di un eventuale “new normal”.

Tali prospettive sono analizzate, con riferimento specifico alle aziende culturali romane, nella terza sezione, dopo che nella seconda l’analisi si era soffermata allo scenario della situazione nazionale. In tale sezione vengono in particolare riportati i risultati dell’indagine condotta da Federculture e vengono fornite delle prospettive di intervento inquadrate in un’ottica di medio termine.

La sezione si chiude con una valutazione di alcune Aree di cambiamento strategico identificate dalle principali istituzioni culturali romane alla luce del mutato contesto in cui si trovano ad operare post-pandemia. Tali Aree identificano una serie di azioni e interventi che possono inserirsi nel quadro strategico della Camera di Commercio, e che possono riguardare l’intero ecosistema culturale romano, con attenzione specifica poste sulle esigenze delle piccole e piccolissime imprese che rischiano di soffrire più delle altre degli effetti anche a medio-lungo termine della pandemia in corso.