

L'impatto economico della cultura nel Canton Ticino

Studio commissionato
dalla Repubblica e
Cantone Ticino

Settembre 2020



Committente

Repubblica e Cantone Ticino

Dipartimento delle Finanze e dell'Economia (DFE)

Dipartimento dell'Educazione, della Cultura e dello Sport (DECS)

Editore

BAK Economics AG

Capo progetto

Michael Grass

Responsabile analisi d'impatto economico

T +41 61 279 97 23

michael.grass@bak-economics.com

Redazione

Raphaël Scacchi

Collaboratore scientifico

T +41 91 291 58 58

raphael.scacchi@bak-economics.com

Comunicazione

Marc Bros de Puechredon

Responsabile marketing e comunicazione

T +41 61 279 97 25

marc.puechredon@bak-economics.com

Indirizzo

BAK Economics AG

Güterstrasse 82

CH-4053 Basel

T +41 61 279 97 00

info@bak-economics.com

www.bak-economics.com

Immagine in copertina

LAC Lugano

Nota

Nella redazione del testo, per diversi sostantivi è stata usata unicamente la forma maschile, che va tuttavia interpretata come comprensiva anche di quella femminile.

Copyright

Tutti i contenuti di questo studio, in particolare i testi e i grafici, sono protetti dal diritto d'autore. I diritti d'autore sono di proprietà di BAK Economics AG. Lo studio può essere citato con riferimento alla fonte ("Fonte: BAK Economics").

Copyright © 2020 by BAK Economics AG

Tutti i diritti riservati

Editoriale

La cultura, al di là del suo valore primario e intrinseco, difficilmente misurabile, permette di generare valori aggiunti di diversa natura, concorrendo in modo importante alla crescita, alla ricchezza e allo sviluppo socio-economico di un Paese.

Ben consci di questo, il Dipartimento delle finanze e dell'economia (DFE) e il Dipartimento dell'educazione, della cultura e dello sport (DECS) nel 2018 hanno commissionato a BAK Economics questo studio con l'obiettivo di analizzare e quantificare scientificamente l'impatto economico e il valore aggiunto della cultura per l'economia in Ticino.

I risultati illustrati nel presente rapporto sono una solida base da cui partire per sviluppare i ragionamenti necessari atti a consolidare l'offerta culturale ticinese – già oggi vivace e dinamica – e il suo potenziale economico, nonché per comprendere come dare ulteriore slancio all'economia della cultura, contribuendo così allo sviluppo economico del Ticino, Cantone a vocazione turistica.

Questo studio è una delle iniziative che rientrano nella campagna “Economia e Cultura”, lanciata dal Cantone – in collaborazione con le Città di Bellinzona, Locarno, Lugano e Mendrisio – con l'obiettivo di valorizzare l'offerta culturale ticinese e il suo potenziale economico.

Bellinzona, settembre 2020



Christian Vitta
Direttore del Dipartimento delle finanze
e dell'economia (DFE)



Manuele Bertoli
Direttore del Dipartimento dell'educazione,
della cultura e dello sport (DECS)

Indice

1 Introduzione

P. 9

Oltre ad avere un valore sociale indubbiamente alto, la cultura è un fattore economico di importanza strategica per il Canton Ticino.

2 Il ritratto del settore culturale in Ticino

P. 13

L'offerta culturale del Canton Ticino è molto variegata. Assieme alle istituzioni culturali permanenti, la vita culturale in Ticino è infatti arricchita da numerosi eventi.

3 L'importanza economica diretta della cultura

P. 27

Con le loro attività, le istituzioni e gli eventi culturali creano un valore aggiunto economico, il quale, lungo l'intera catena del valore, va a beneficio anche di molte altre aziende locali.

4 Effetti diretti e indotti del settore culturale

P. 29

Numerose aziende regionali beneficiano della domanda di beni e servizi di istituzioni e manifestazioni culturali.

5 Le ricadute positive nel turismo locale

P. 33

I visitatori di istituzioni o eventi culturali spendono spesso del denaro anche nel settore alberghiero e della ristorazione o in quello del commercio al dettaglio. L'offerta culturale assume quindi l'importante ruolo di catalizzatore del turismo locale.

6 L'impatto economico della cultura nel Canton Ticino

P. 37

Nella sintesi, i vari effetti analizzati sono riuniti in modo da fornire un quadro complessivo dell'importanza economica della cultura nel Cantone Ticino.

7 Allegati

P. 38

Indice delle figure

Fig. 1: Gli effetti della cultura sull'economia regionale.....	10
Fig. 2: Numero di interviste per tipologia culturale.....	15
Fig. 3: La provenienza dei visitatori – escursione giornaliera.....	16
Fig. 4: La provenienza dei visitatori – soggiorno prolungato.....	16
Fig. 5: Quota di interviste per durata del soggiorno in Ticino.....	17
Fig. 6: I motivi dell'arrivo in Ticino (esclusa la cultura) – escursione giornaliera.....	18
Fig. 7: I motivi dell'arrivo in Ticino (esclusa la cultura) – soggiorno prolungato.....	18
Fig. 8: L'importanza dell'offerta culturale – escursione giornaliera.....	19
Fig. 9: L'importanza dell'offerta culturale – soggiorno prolungato.....	19
Fig. 10: Tipologia di cultura secondo l'età dei visitatori.....	20
Fig. 11: Tipologia di cultura secondo la residenza dei visitatori.....	21
Fig. 12: Struttura per il pernottamento – soggiorno prolungato.....	22
Fig. 13: Tipo di pernottamento per categoria culturale – soggiorno prolungato.....	23
Fig. 14: Mezzo di trasporto utilizzato per arrivare in Ticino – soggiorno prolungato..	25
Fig. 15: Il calcolo del valore aggiunto.....	26
Fig. 16: Gli effetti economici diretti del settore culturale ticinese (in senso stretto)..	27
Fig. 17: Struttura dei consumi intermedi del settore culturale ticinese.....	28
Fig. 18: Commissioni ad aziende esterne al settore della cultura.....	29
Fig. 19: Il modello di analisi d'impatto economico.....	30
Fig. 20: Effetti indiretti e indotti del settore culturale in altri settori.....	31
Fig. 21: L'importanza dell'offerta culturale secondo la durata del soggiorno.....	33
Fig. 22: La quota di produzione di valore aggiunto lordo degli "eventi faro".....	34
Fig. 23: Effetti di ricaduta positiva nel settore turistico.....	35

Indice delle tabelle

Tab. 1: La cultura in senso stretto (classificazione NOGA).....	12
Tab. 2: La cultura in senso ampio (classificazione NOGA).....	12
Tab. 3: L'impatto economico della cultura nel Canton Ticino.....	36
Tab. 4: Le 38 istituzioni coinvolte nello studio.....	38

Un esempio di *place branding*

In relazione al tema del *place branding*, riportiamo qui tre estratti di un articolo pubblicato il 4 novembre 2019 sul sito internet della rivista statunitense Forbes. L'articolo elenca i motivi per visitare il Canton Ticino, tra cui spiccano alcune delle attività culturali offerte dalle tre principali città di ticinesi.

Five Reasons You Need To Visit Ticino, Switzerland's Enchanting Mediterranean Region

Sandra MacGregor, contributor

Bellinzona

Bella Bellinzona is the capital of the Ticino region and is well worth a visit to discover its enthralling history, eye-catching architecture and stunning castles. Few other cities can lay claim to a total of three UNESCO World Heritage Site castles: Castelgrande, Castello Montebello and Castello Sasso Corbaro. Each has its own unique tale and beauty and all three are worth a visit—though Castelgrande, as its name implies, is arguably the most jaw-dropping of the bunch (with a fascinating museum and some fantastic sweeping views of the city, as well). [...]

Locarno

[...] If you're looking for a relaxing, pastoral afternoon retreat the city's exuberant Parco delle Camelie can't be beat. Locarno is famous for its camellias and holds a festival every March where over 900 varieties are on display. While there is interesting religious art to be seen at the sanctuary of Madonna del Sasso, most people do the 30-minute, uphill walk (you can opt to take a funicular ride) for the incomparable views of Locarno. Cinephiles overtake the town in August for the Locarno Film Festival, one of the most highly regarded cinema-centered events in Europe.

Lugano

[...] The neoclassical Piazza della Riforma is the heart of the city and you can spend days following the curving lane ways that run off from the square discovering Lugano's secrets (and incredible food and clothing shops). The city is renowned for its gastronomy, which offers the best of Italian, Swiss and uniquely "Ticinoian" fare. The smart way to experience the culinary scene is with a tour (the city offers a good one, with plenty of stops to showcase the region's one-of-a-kind specialties). Massive MASI Lugano is the newest and certainly the largest, modern art museums in the region. Verdant Parco Civico-Ciani is a splendid lakefront park peppered with outdoor art. [...]

Fonte: <https://www.forbes.com/sites/sandramacgregor/2019/11/04/five-reasons-you-need-to-visit-ticino-switzerlands-enchanting-mediterranean-region/#4ebe42f7fbfa>

1 Introduzione

All'inizio del 2020, il Dipartimento delle Finanze e dell'Economia (DFE) e il Dipartimento dell'Educazione, della Cultura e dello Sport (DECS) del Canton Ticino hanno presentato la campagna "Economia e Cultura". Organizzata dai due dipartimenti in stretta collaborazione con l'Agenzia Turistica Ticinese (ATT) e le città di Bellinzona, Locarno e Lugano, questa iniziativa ha lo scopo di valorizzare l'offerta culturale ticinese e il suo potenziale economico.

Senza voler negare o ridurre il loro fondamentale ruolo sociale, emozionale e formativo, le attività culturali giocano infatti un ruolo importante anche a livello economico. Questo perché creano molteplici effetti positivi che si trasmettono poi sull'intero sistema economico di una regione. Anche la produzione culturale contribuisce quindi alla creazione di valore aggiunto e di posti di lavoro. Grazie alle interdipendenze che si sviluppano con gli altri settori economici, ciò non avviene unicamente all'interno del settore culturale, bensì pure presso tutti i settori che, fornendo beni e servizi, contribuiscono allo svolgimento di attività culturali.

È innanzitutto la popolazione residente a beneficiare degli effetti positivi che scaturiscono dalla produzione culturale. In primo luogo perché le attività culturali favoriscono lo sviluppo intellettuale ed emozionale delle persone che compongono una comunità. Il patrimonio culturale è infatti uno dei principali elementi costitutivi della memoria collettiva e sociale.¹ In secondo luogo, un'ampia offerta culturale porta dei benefici alla qualità di vita di una regione e funge da stimolo per l'innovazione in campo economico. La frequentazione di attività culturali non permette unicamente di ampliare i propri orizzonti, ma dà pure la possibilità di integrare queste nuove prospettive e conoscenze in ambito lavorativo. Una regione ricca di eventi culturali può dunque risultare maggiormente attrattiva sia per l'arrivo di persone altamente formate, sia per insediamento di nuove aziende che puntano su sistemi produttivi innovativi.

La cultura può inoltre essere considerata come una componente centrale del cosiddetto *place branding*, ossia un insieme di attività che hanno lo scopo promuovere un territorio geografico tramite la creazione di una precisa identità regionale.² Arricchendo l'offerta turistica, la cultura funge quindi da incentivo per l'arrivo di turisti in una regione e permette a quest'ultima di reggere la concorrenza di altre mete.³

¹ Luis César Herrero et al., 2002, *The economic impact of cultural events. A case-study of Salamanca 2002, European capital of culture*, European Urban and Regional Studies, 13 (1), p. 53.

² Elisa Piva et al., 2017, *Enhancing Brand Image through Events and Cultural Festivals the Perspective of the Stresa Festival's Visitors*, *Almatourism - Journal of Tourism, Cultural and Territorial Development*, 15, p. 100.

³ Greg Richards e Julie Wilson, 2004, *The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001*, *Urban Studies*, 41 (10), p. 1932.

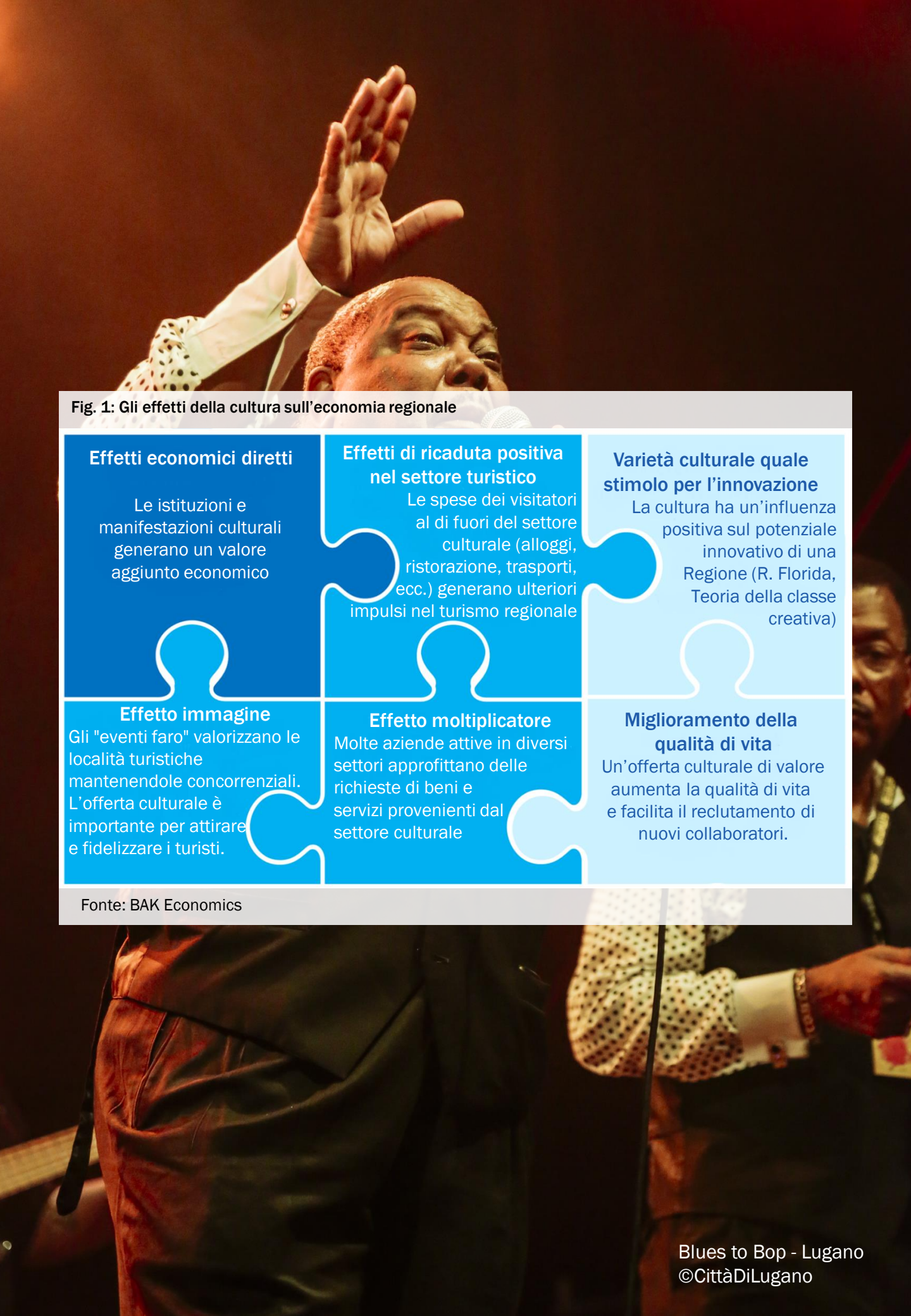


Fig. 1: Gli effetti della cultura sull'economia regionale

Effetti economici diretti

Le istituzioni e manifestazioni culturali generano un valore aggiunto economico

Effetti di ricaduta positiva nel settore turistico

Le spese dei visitatori al di fuori del settore culturale (alloggi, ristorazione, trasporti, ecc.) generano ulteriori impulsi nel turismo regionale

Varietà culturale quale stimolo per l'innovazione

La cultura ha un'influenza positiva sul potenziale innovativo di una Regione (R. Florida, Teoria della classe creativa)

Effetto immagine

Gli "eventi faro" valorizzano le località turistiche mantenendole concorrenziali. L'offerta culturale è importante per attirare e fidelizzare i turisti.

Effetto moltiplicatore

Molte aziende attive in diversi settori approfittano delle richieste di beni e servizi provenienti dal settore culturale

Miglioramento della qualità di vita

Un'offerta culturale di valore aumenta la qualità di vita e facilita il reclutamento di nuovi collaboratori.

Fonte: BAK Economics

Soprattutto per le realtà più piccole, l'arrivo di turisti può così rivelarsi un'importante fonte di indotto per l'intera economia regionale, tanto più che la domanda di turismo culturale proviene soprattutto da persone che risiedono in regioni con un alto reddito pro capite.⁴ In tal senso, è lecito considerare la cultura come un settore strategico anche per il consolidamento e lo sviluppo dell'offerta turistica del Canton Ticino.

La Fig. 1 riassume graficamente i principali elementi tramite i quali il settore culturale influenza l'intera economia di una regione. A livello metodologico, la quantificazione di queste interdipendenze costituisce la base per calcolare l'impatto economico riconducibile alle attività culturali del Canton Ticino. Tale calcolo permette di rilevare gli effetti lungo la catena del valore aggiunto del settore culturale e di considerare anche gli effetti locali sul turismo.

A testimonianza della complessità di tale processo di misurazione, non esistono informazioni complete di questo tipo, bensì unicamente dati statistici relativi ai costi della cultura. Il presente studio ha quindi lo scopo di colmare questa lacuna di informazioni analizzando nel dettaglio il canale d'influenza legato alla domanda generata dal settore culturale ticinese. Il fulcro dall'analisi verte principalmente su due indicatori macroeconomici: la produzione di valore aggiunto e la creazione di posti di lavoro. Oltre a ciò, questo studio vuole dimostrare l'importanza del settore culturale per l'intero sistema economico ticinese.

Questa analisi è dunque da intendersi come parte integrante della campagna "Economia e Cultura", in quanto ha lo scopo di fornire al Governo ticinese delle evidenze scientifiche che possano supportarlo nell'elaborazione di strategie atte a valorizzare la cosiddetta economia culturale. La campagna "Economia e Cultura" si compone inoltre del progetto "Cultura in movimento", una serie di eventi e manifestazioni legate ai cambiamenti infrastrutturali che avverranno a partire dal 2020, soprattutto all'apertura della galleria di base del Ceneri, la cui entrata in funzione permetterà di dimezzare i tempi di percorrenza fra i principali centri urbani ticinesi proiettando l'intero Cantone nella nuova dimensione di Citta-Ticino. Il nuovo collegamento ferroviario avvicinerà i principali agglomerati ticinesi anche per quel che concerne la possibilità di fruire di offerte per il tempo libero, tra le quali spiccano i diversi eventi culturali che animano il territorio cantonale. Questo studio, realizzato soprattutto grazie alla preziosa collaborazione dell'Osservatorio culturale del Cantone Ticino (Divisione della cultura e degli studi universitari - DECS), ha dunque l'obiettivo di sottolineare l'importanza delle istituzioni e manifestazioni culturali nel Cantone Ticino, quantificando il loro impatto economico e dimostrando la centralità della cultura nel contesto economico regionale.

⁴ Luis César Herrero et al., 2002, *The economic impact of cultural events. A case-study of Salamanca 2002, European capital of culture*, European Urban and Regional Studies, 13 (1), p. 42.

Tab. 1: La cultura in senso stretto (classificazione NOGA)

Codice NOGA	Descrizione
900101	Rappresentazione di teatri e balletti
900102	Attività di orchestre, cori, musicisti
900200	Attività di supporto alle rappresentazioni artistiche
900301	Attività di pittori, scultori e altri artisti indipendenti
900302	Altre attività artistiche e letterarie
900400	Gestione di strutture artistiche
910100	Attività di biblioteche e archivi
910200	Attività di musei
910300	Gestione di luoghi e monumenti storici e simili attrazioni turistiche
910400	Attività degli orti botanici, dei giardini zoologici e dei parchi naturali

Tab. 2: La cultura in senso ampio (classificazione NOGA)

Codice NOGA	Descrizione
932100	Attività dei parchi divertimento e dei parchi tematici
932900	Altre attività di intrattenimento e di divertimento
477805	Commercio al dettaglio di oggetti d'arte
591100	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi
591200	Attività di postproduzione cinematografica, di video e di programmi televisivi
591300	Attività di distribuzione cinematografica, di video e di programmi televisivi

Fonte: UST

2 Il ritratto del settore culturale in Ticino

Come accennato nel capitolo precedente, il concetto di "cultura" è sicuramente molto ampio e comprensivo di più aspetti. L'organizzazione delle Nazioni Unite per l'educazione, la scienza e la cultura (UNESCO) la definisce come segue:

La cultura in senso lato può essere considerata come l'insieme degli aspetti spirituali, materiali, intellettuali ed emozionali unici nel loro genere che contraddistinguono una società o un gruppo sociale. Essa non comprende solo l'arte e la letteratura, ma anche i modi di vita, i diritti fondamentali degli esseri umani, i sistemi di valori, le tradizioni e le credenze.¹

In Svizzera, il principio di sussidiarietà che caratterizza il sistema federale si applica anche in materia di politica culturale. Per questo motivo, le principali competenze in ambito culturale ricadono su Comuni e Cantoni.² Per quel che riguarda il Canton Ticino, la definizione di cultura compare all'articolo 1 della "Legge sul sostegno alla cultura del 16.12.2013":

¹ La cultura è l'espressione e la condivisione delle peculiarità spirituali, materiali, intellettuali ed emozionali di una società o di un gruppo sociale.

² La cultura è fattore essenziale della funzione educativa e della coesione sociale, nonché componente dello sviluppo economico.

Questa definizione mostra dei chiari punti in comune con quella fornita dall'UNESCO e sottolinea dunque come la cultura abbracci diversi aspetti sociali, educativi, intellettuali ed emozionali di una comunità. Oltre a ciò, viene pure esplicitato il fatto che la cultura è anche da intendere quale importante fattore economico.

A livello statistico, la NOGA (Nomenclatura generale delle attività economiche) dell'Ufficio federale di Statistica (UST) permette di classificare le attività economiche raggruppandole in insiemi coerenti. La Tab. 1 e la Tab. 2 mostrano le classificazioni che compongono il settore culturale dividendole fra una concezione della cultura in senso stretto ed una invece più ampia.

¹ Questa definizione compare sul rapporto finale della Conferenza mondiale sulle politiche culturali organizzata dall'UNESCO nel 1982 a Città del Messico.

² Questa caratteristica si rispecchia anche nell'ambito del finanziamento pubblico della cultura, che vede la Confederazione contribuire solamente al 10.5% dei finanziamenti totali (Ufficio federale della cultura, Statistica tascabile della cultura in Svizzera, 2019).

Alcuni *fun facts* relativi alle interviste ai visitatori

12

Mesi di interviste

6230

interviste raccolte

55.5%

La quota di donne intervistate

20.6%

La quota di persone intervistate durante un soggiorno prolungato in Ticino

Max. 10

I minuti necessari per completare un'intervista

974

Le interviste raccolte al Locarno Festival

39

I diversi paesi di provenienza dei visitatori

1933

L'anno di nascita della persona più anziana intervistata

Fonte: BAK Economics

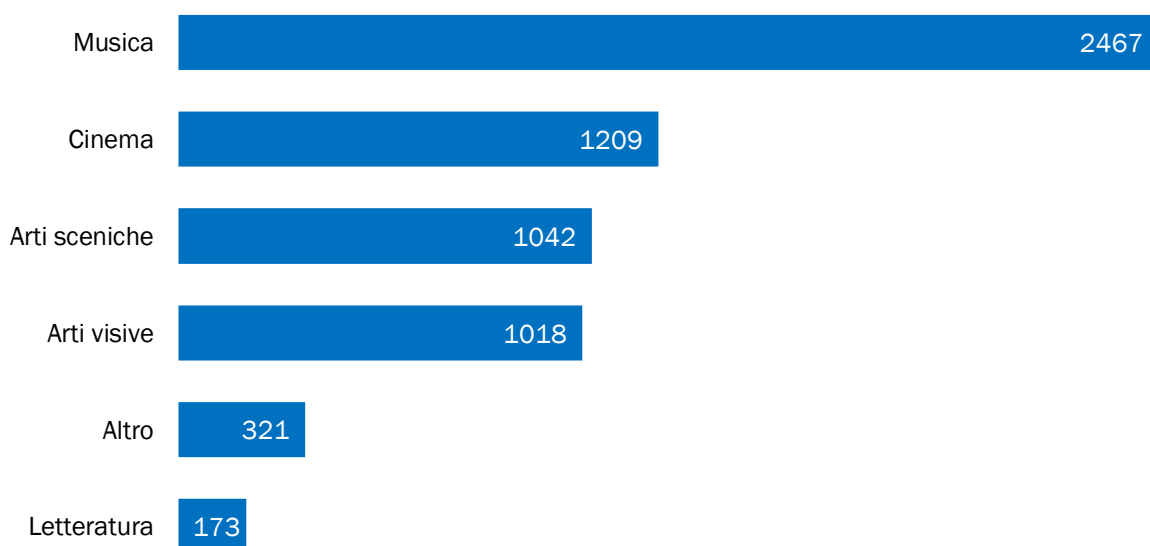
Nel periodo compreso tra aprile 2019 e marzo 2020 sono state condotte 6230 interviste ai visitatori di 38 istituzioni ed eventi culturali in Ticino. Come discusso in seguito (cfr. capitolo 5), le informazioni raccolte hanno permesso di quantificare gli effetti economici delle attività culturali nel settore turistico e i loro effetti moltiplicatori.

Per lo svolgimento delle interviste è stata adottata la metodologia CAPI (*computer assisted personal interview*): utilizzando un tablet, degli intervistatori appositamente istruiti hanno sottoposto un questionario ai visitatori culturali, scelti in maniera casuale (*random intercept survey*), delle istituzioni e degli eventi culturali.³

Le istituzioni e gli eventi culturali sono stati selezionati considerando le loro dimensioni (numero di spettatori annui/stagionali), la loro localizzazione geografica e la tipologia di offerta culturale proposta. Quest'ultima comprende la musica, il cinema, le arti sceniche, le arti visive, la letteratura (festival letterari, associazioni e biblioteche), mentre la categoria «altro» si riferisce agli eventi culturali non classificabili nelle categorie appena citate.⁴ Selezionando le manifestazioni e gli eventi tramite i criteri appena citati è così stato possibile analizzare l'impatto economico della cultura sulla base di un quadro complessivo dell'offerta culturale ticinese.

La Fig. 2 mostra il numero di interviste raccolte per ogni tipo di offerta culturale considerata nel presente studio.

Fig. 2: Numero di interviste per tipologia culturale



Nota: il numero di interviste raccolte per tipologia di offerta culturale.
Fonte: BAK Economics

³ L'unico criterio di selezione non casuale è quello della maggiore età, in quanto i visitatori minorenni sono stati esclusi dalle interviste.

⁴ Questa scelta è stata fatta in base all'articolo 2 della "Legge sul sostegno alla cultura del 16.12.2013", il quale definisce concretamente i campi d'applicazione della legge stessa. La lista completa delle 38 istituzioni culturali coinvolte nello studio è disponibile in allegato.

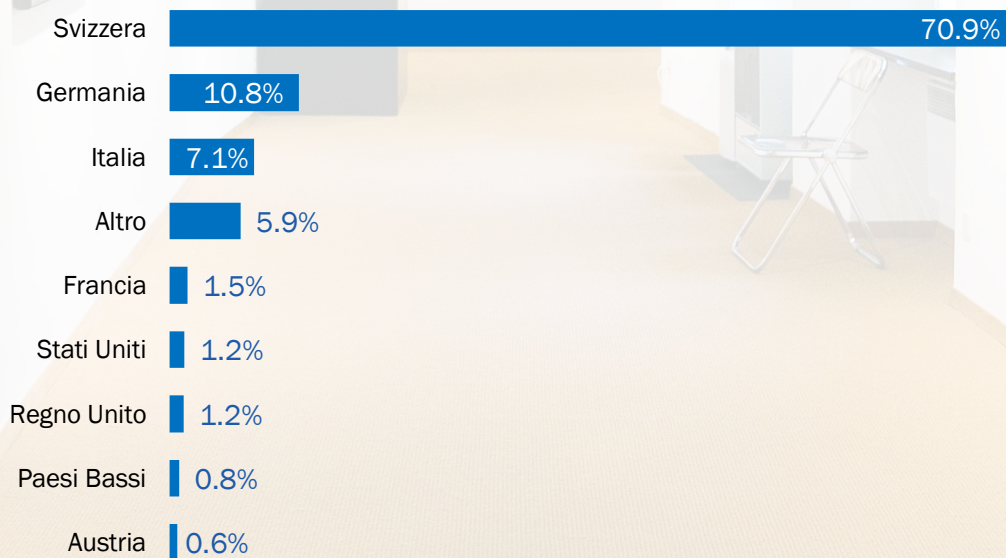
Fig. 3: La provenienza dei visitatori – escursione giornaliera



Nota: la provenienza degli intervistati che hanno affermato di svolgere un'escursione giornaliera in Ticino, % sul totale delle interviste raccolte per questa categoria di persone (N=604).

Fonte: BAK Economics

Fig. 4: La provenienza dei visitatori – soggiorno prolungato

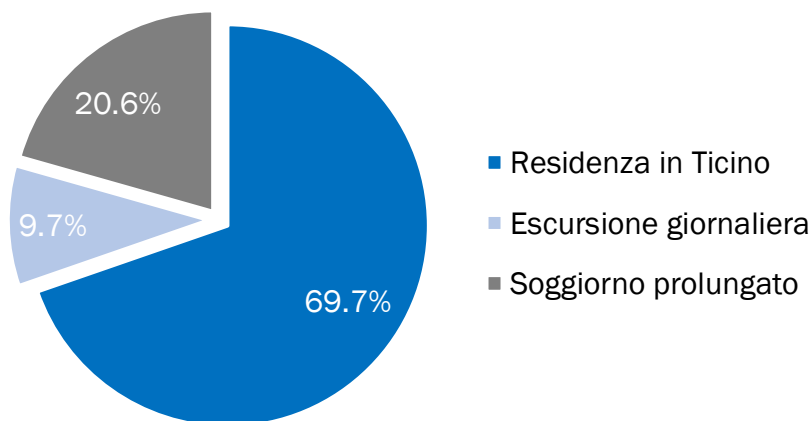


Nota: la provenienza degli intervistati che hanno affermato di svolgere soggiorno prolungato in Ticino, % sul totale delle interviste raccolte per questa categoria di persone (N=1284).

Fonte: BAK Economics

Il questionario sottoposto ai visitatori si differenziava sulla base della durata del loro soggiorno in Ticino. La versione rivolta ai residenti nel Canton Ticino era la più breve, in quanto, subito dopo le domande iniziali, agli intervistati veniva unicamente chiesto di quantificare le spese sostenute nell'ambito della visita culturale di quel giorno. Per chi ha invece affrontato un'escursione giornaliera, ossia le persone non residenti in Ticino e che per il loro pernottamento sono rientrate al proprio domicilio, il questionario poneva delle domande supplementari, incentrate ad esempio sul numero di istituzioni o eventi culturali visitati durante la giornata o sull'importanza dell'offerta culturale in rapporto alla loro decisione di trascorrere un giorno in Ticino. Infine, la versione più lunga del questionario è stata rivolta alle persone che hanno visitato un evento culturale nell'ambito di un soggiorno prolungato in Ticino (minimo un pernottamento). In aggiunta alle domande poste ai viaggiatori giornalieri, in quest'ultimo caso sono state richieste informazioni riguardo il numero di giorni trascorsi nel Canton Ticino, il tipo di struttura scelta per il pernottamento e il mezzo di trasporto utilizzato per giungere a Sud delle Alpi.

Fig. 5: Quota di interviste per durata del soggiorno in Ticino



Nota: la quota di interviste per durata del soggiorno in Ticino, % sul totale delle interviste raccolte (N=6230).
Fonte: BAK Economics

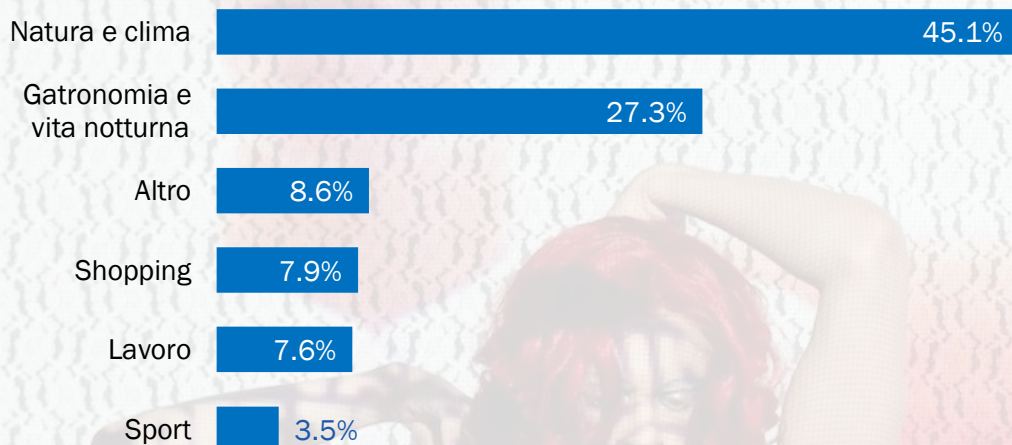
Oltre due terzi degli intervistati (69.7%) hanno indicato di essere domiciliati in Ticino. Seguono le persone che hanno trascorso almeno una notte in Ticino, le quali costituiscono il 20.6% delle interviste totali. Con una quota che si situa al 9.7%, i visitatori giornalieri rappresentano invece la categoria numericamente più piccola.

La netta maggioranza delle persone che hanno affrontato un'escursione giornaliera proviene dall'Italia (83.4%, cfr. Fig. 3). Questo risultato va ricondotto alla vicinanza geografica tra la Penisola e il Canton Ticino, ciò consente a chi abita nella fascia di confine di rientrare facilmente al proprio domicilio dopo aver partecipato ad un evento culturale in Ticino.

Per quel che riguarda i soggiorni prolungati, i turisti svizzeri raggiungono il 70.9% del totale si situano così al primo posto (cfr. Fig. 4). I visitatori giunti dalla Germania costituiscono invece poco più di un decimo del totale (10.8%). A differenza di quanto emerso per le escursioni giornalieri, i turisti italiani che hanno scelto di pernottare in Canton Ticino rappresentano solamente il 7.1% del totale.

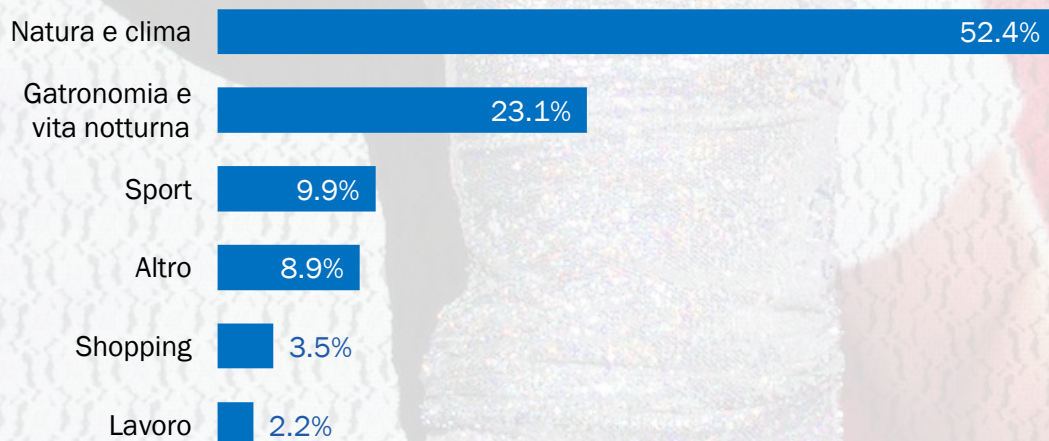
L'offerta culturale non è l'unica componente che attira visitatori nel Canton Ticino. Per questo motivo, alle persone che hanno svolto un'escursione giornaliera o un soggiorno prolungato è stato chiesto di indicare quali fossero gli altri motivi che hanno favorito il loro arrivo in Ticino. Come mostrato dalla Fig. 6 e dalla Fig. 7, i motivi (esclusa la cultura) che hanno spinto gli intervistati a svolgere un'escursione giornaliera in Ticino, risultano molto simili per entrambe le categorie di rispondenti. In tutti e due i casi, le categorie «natura e clima» e «gastronomia e vita notturna» si dimostrano infatti le due opzioni scelte con maggiore frequenza.

Fig. 6: I motivi dell'arrivo in Ticino (esclusa la cultura) – escursione giornaliera



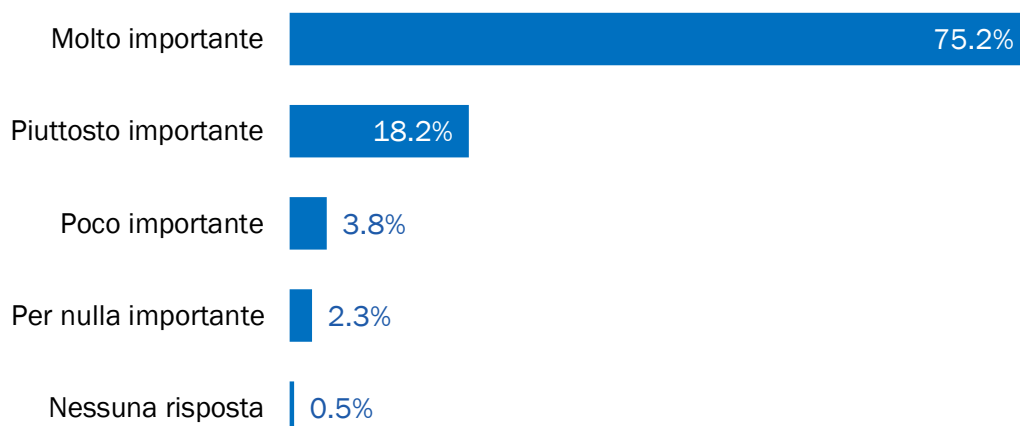
Nota: i motivi (esclusa la cultura) che hanno spinto gli intervistati a svolgere un'escursione giornaliera in Ticino, % sul totale delle interviste raccolte per questa categoria di persone (possibilità di risposta multipla, N=317).
Fonte: BAK Economics

Fig. 7: I motivi dell'arrivo in Ticino (esclusa la cultura) – soggiorno prolungato



Nota: i motivi (esclusa la cultura) che hanno spinto gli intervistati a svolgere soggiorno prolungato in Ticino, % sul totale delle interviste raccolte per questa categoria di persone (possibilità di risposta multipla, N=1514).
Fonte: BAK Economics

Fig. 8: L'importanza dell'offerta culturale – escursione giornaliera



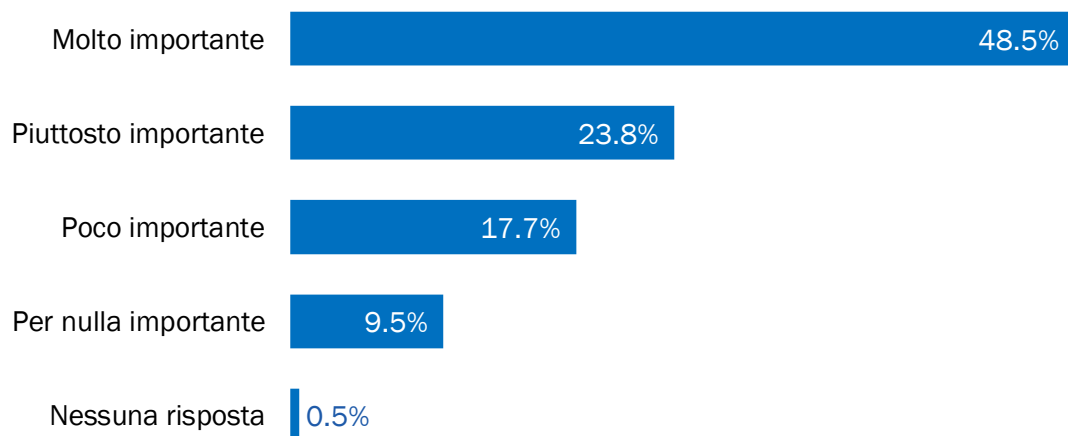
Nota: l'importanza dell'offerta culturale per gli intervistati che hanno affermato di svolgere un'escursione giornaliera in Ticino, % sul totale delle interviste raccolte per questa categoria di persone (N=604).

Fonte: BAK Economics

Per ben tre quarti dei visitatori giornalieri (75.2%), la possibilità di partecipare ad un evento culturale è stata giudicata molto importante ai fini della loro decisione di raggiungere il Canton Ticino. Aggiungendo le persone che hanno giudicato la cultura come piuttosto importante, questa percentuale raggiunge il 93.4% dei rispondenti.

Le risposte dei turisti che hanno pernottato in Ticino, mostrano invece delle percentuali più basse. Complessivamente, il 72.3% di queste persone ha ritenuto l'offerta culturale molto o piuttosto importante per la loro scelta di trascorrere un soggiorno a Sud delle Alpi. Per poco più di un quarto di loro (27.2%), l'offerta culturale è invece stata ritenuta poco o per nulla importante ai fini della loro decisione di raggiungere il Ticino.

Fig. 9: L'importanza dell'offerta culturale – soggiorno prolungato



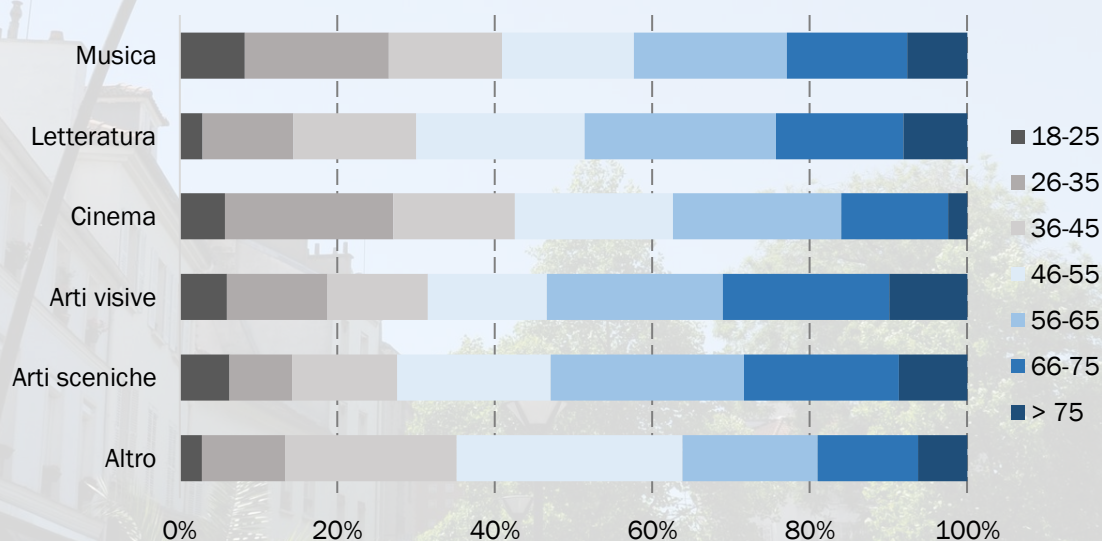
Nota: l'importanza dell'offerta culturale per gli intervistati che hanno affermato di svolgere soggiorno prolungato in Ticino, % sul totale delle interviste raccolte per questa categoria di persone (N=1284).

Fonte: BAK Economics



La Fig. 10 mostra la suddivisione dei visitatori per fascia d'età e tipo di istituzione o manifestazione culturale visitata. Ad eccezione della categoria altro, la fascia d'età più rappresentata è quella tra i 56 e i 65 anni, che si fissa tra il 20% e il 25% delle risposte totali per ogni categoria culturale. Risultati simili, ma leggermente inferiori, si rilevano anche nelle fasce d'età 46-55 e 66-75 anni. Per la fasce d'età 26-35 anni si riscontrano invece dei risultati che si fessano tra l'8% e il 12% delle risposte, con le categorie cinema e musica che mostrano però dei risultati più alti (rispettivamente 21.3% e 18.3%).

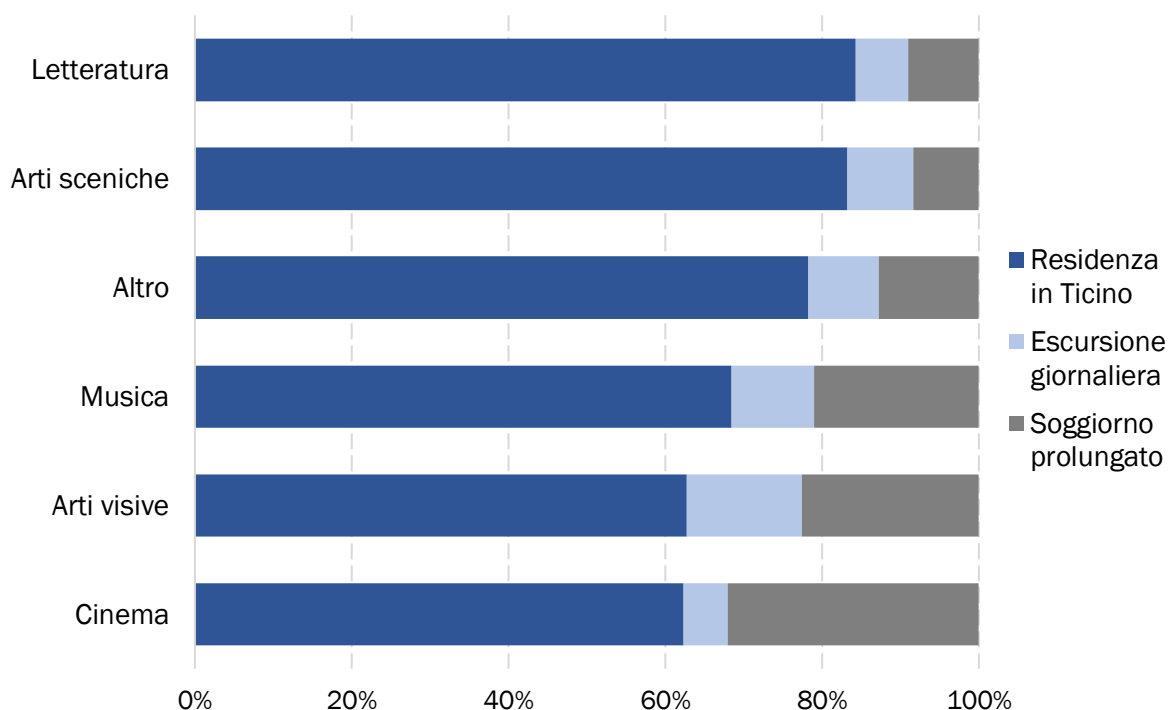
Fig. 10: tipologia di cultura secondo l'età dei visitatori



Nota: la quota di interviste per età dei rispondenti, % sul totale delle interviste raccolte per tipologia di cultura.
Fonte: BAK Economics



Fig. 11: Tipologia di cultura secondo la residenza dei visitatori



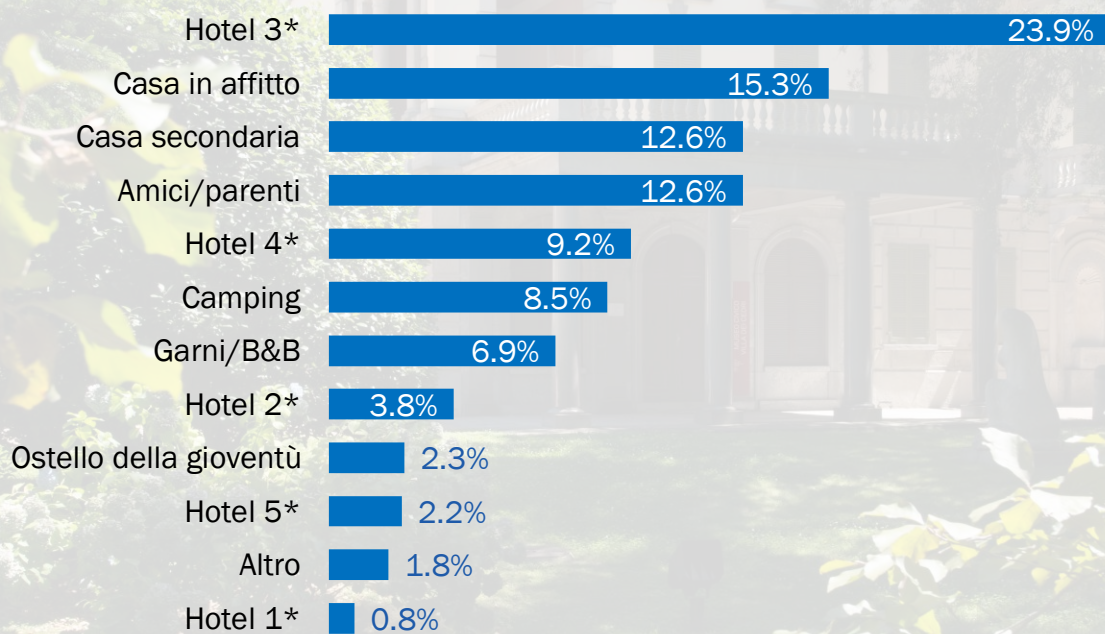
Nota: la quota di interviste per durata del soggiorno in Ticino, % sul totale delle interviste raccolte per tipologia di cultura.

Fonte: BAK Economics

Le categorie letteratura e arti sceniche mostrano la quota più alta di visitatori domiciliati nel Canton Ticino, ossia l'84.3% rispettivamente l'83.2% del totale. Questi risultati si spiegano col fatto che le attività di biblioteche, i festival letterari e le rappresentazioni teatrali sono forme di cultura strettamente legate alla comprensione della lingua utilizzata durante gli eventi. Per i turisti che non parlano correntemente la lingua italiana, tali offerte culturali possono dunque risultare meno attrattive.

Anche per questo motivo, le categorie culturali che non presuppongono particolari competenze linguistiche mostrano delle percentuali più alte in riferimento ai visitatori non domiciliati in Canton Ticino. Spiccano soprattutto i valori riscontrati presso le categorie arti visive e cinema, dove le persone provenienti da altri Cantoni svizzeri o dall'estero raggiungono complessivamente il 37.3%, rispettivamente il 37.7% del totale. La categoria cinema mostra inoltre la percentuale più alta per quel che concerne i rispondenti che hanno pernottato in Ticino almeno una notte (32.1%). A tal proposito è necessario specificare che questa categoria comprende anche le interviste condotte al Locarno Festival, che visto il suo rilievo internazionale è conosciuto e frequentato da molte persone provenienti dal resto della Svizzera e dall'estero.

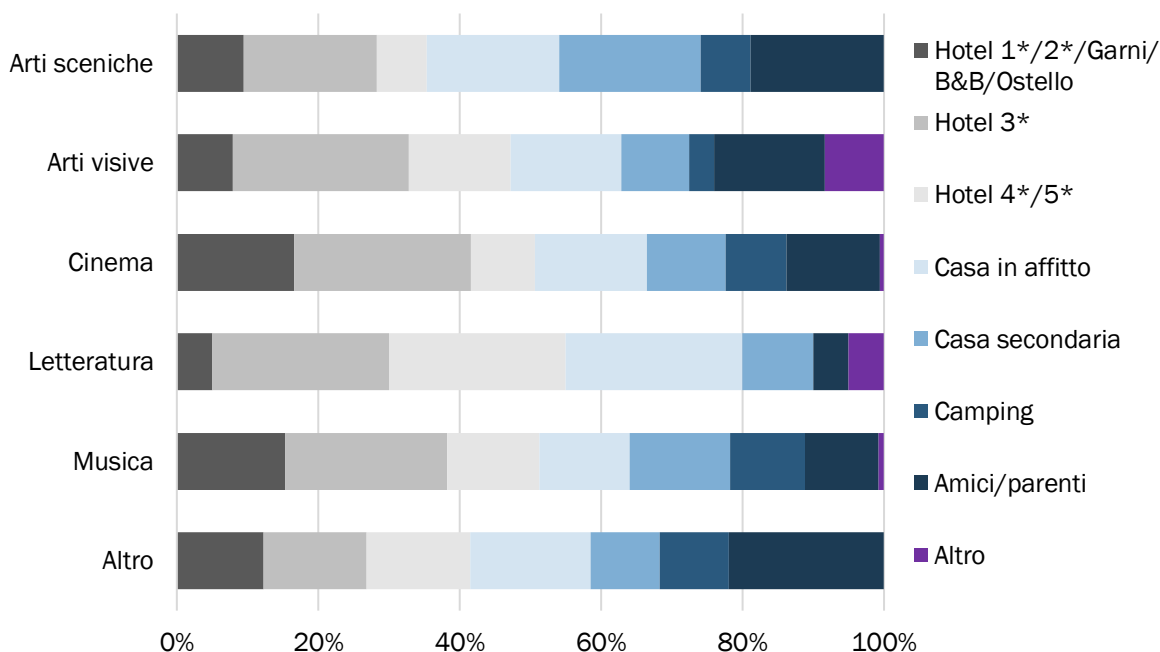
Fig. 12: Struttura per il pernottamento – soggiorno prolungato



Nota: il tipo di struttura nella quale hanno pernottato gli intervistati che hanno affermato di svolgere un soggiorno prolungato in Ticino, % sul totale delle interviste raccolte per questa categoria di persone (N=1284).
Fonte: BAK Economics

Riguardo le persone che hanno deciso di trascorrere un soggiorno prolungato in Ticino, la Fig. 13 mette in relazione la tipologia di istituzione o manifestazione culturale visitata con il tipo di struttura nella quale hanno pernottato.

Fig. 13: Tipo di pernottamento per categoria culturale - soggiorno prolungato



Nota: il tipo di pernottamento scelto dai visitatori che hanno optato per un soggiorno prolungato in Ticino, % sulle risposte totali per ogni categoria culturale.

Fonte: BAK Economics

Complessivamente, all'incirca una persona su due intervistata presso gli eventi classificati nelle categorie letteratura (55.0%), Musica (51.3%) e Cinema (50.6%) pernotta presso una struttura alberghiera o simile. Nelle restanti categorie culturali, questo tipo di alloggio ha invece registrato delle percentuali inferiori al 50%, con la categoria arti sceniche che riscontra il valore più basso (34.5%). Tutte le categorie culturali sono però accomunate dal fatto che, all'interno delle strutture alberghiere, la percentuale più alta viene sempre associata agli alberghi a 3 stelle. Gli alberghi a 3 stelle sono inoltre la categoria d'alloggio maggiormente scelta a livello assoluto, ossia da poco meno di un quarto delle persone che hanno scelto di pernottare in Ticino (23.9% del totale, cfr. Fig. 12).

La quota relativa alle case di vacanza in affitto si situa tra il 12% e il 18%. L'unica eccezione è costituita dalla categoria della letteratura, che mostra una percentuale pari al 25%. Complessivamente, le case di vacanza in affitto costituiscono il 15.3% delle risposte totali (cfr. Fig. 12).

Per tutte le categorie culturali, il pernottamento in case secondarie o presso amici e parenti si situa invece nell'intervallo compreso tra il 10% e il 20%. A livello generale, entrambe le tipologie di strutture sono state scelte dal 12.6% dei rispondenti che hanno soggiornato almeno una notte in Ticino.⁵

⁵ Secondo il Piano direttore cantonale (maggio 2017), in Canton Ticino ben 84 Comuni su 135 (dati del 2015, attualmente i Comuni sono 115) avevano una quota di residenze secondarie superiore al 20%. Questo dato è nettamente superiore alla media dei Comuni svizzeri.

L'utilizzo del Ticino Ticket

Il Ticino Ticket è un biglietto distribuito dalle strutture d'alloggio (hotel, ostelli e campeggi) ai propri ospiti e che consente a questi ultimi di utilizzare gratuitamente i mezzi di trasporto pubblici e di approfittare di agevolazioni sugli impianti di risalita, sui viaggi in battello e presso le principali attrazioni turistiche (ulteriori informazioni sono disponibili sul sito www.ticino.ch/it/ticket).

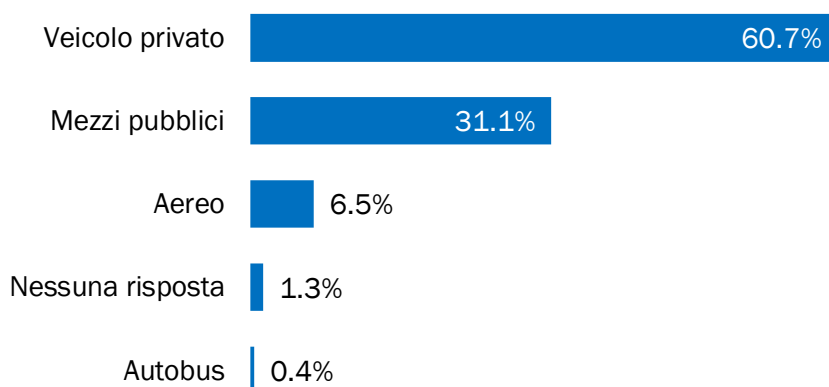
Le interviste ai visitatori che hanno dichiarato di svolgere un soggiorno prolungato in Ticino hanno permesso di raccogliere informazioni anche riguardo il loro utilizzo del Ticino Ticket. In particolar modo, agli intervistati è stato chiesto di indicare se hanno utilizzato il Ticino Ticket per raggiungere l'evento culturale in questione con i mezzi pubblici, rispettivamente per approfittare di eventuali sconti sul biglietto d'entrata. Il risultato emerso mostra una quota di utilizzo leggermente inferiore al 50%.

47.9%

Nota: l'utilizzo del Ticino Ticket da parte degli intervistati che hanno affermato di svolgere un soggiorno prolungato in Ticino, % sul totale delle interviste raccolte per questa categoria di persone esclusi i rispondenti che hanno pernottato presso case di vacanza in affitto, case secondarie o presso amici e parenti (N=781).

Fonte: BAK Economics

Fig. 14: Mezzo di trasporto utilizzato per arrivare in Ticino – soggiorno prolungato



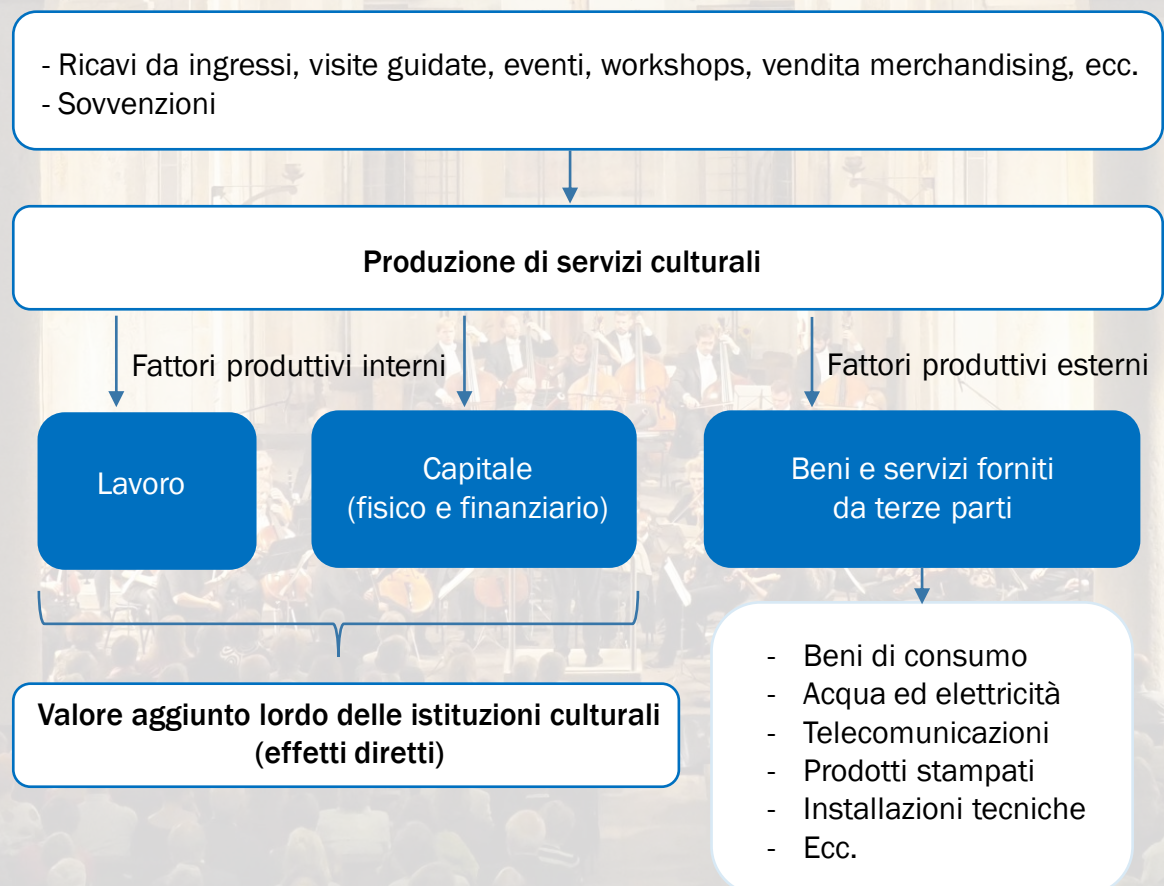
Nota: il tipo mezzo di trasporto privato utilizzato dagli intervistati che hanno affermato di svolgere soggiorno prolungato in Ticino, % sul totale delle interviste raccolte per questa categoria di persone (N=1284).
Fonte: BAK Economics

Per comprendere correttamente questo grafico bisogna innanzitutto segnalare che esso si riferisce al mezzo di trasporto utilizzato per la tappa più lunga del viaggio verso il Canton Ticino. Detto ciò, il 60.7% dei turisti intervistati ha dichiarato di aver raggiunto il Ticino con il proprio veicolo privato, mentre il 31.1% ha utilizzato i mezzi pubblici, in particolar modo il treno. La quota di persone che hanno utilizzato l'aereo si fissa invece al 6.5% e riguarda soprattutto i turisti provenienti da Paesi situati al di fuori del continente europeo.

Il calcolo del valore aggiunto

Il punto di partenza per il calcolo del valore aggiunto è il risultato operativo lordo delle istituzioni culturali, ossia la differenza tra il valore della produzione di servizi culturali e i costi legati ad essa. Il valore della produzione rappresenta la somma delle entrate di un'istituzione (ingressi, visite guidate, eventi, workshops, vendita merchandising, ecc.), mentre i costi corrispondono alla somma spesa per l'acquisto di beni e servizi forniti da aziende esterne (beni di consumo, acqua ed elettricità, telecomunicazioni, prodotto stampati, installazioni tecniche, ecc.). Il valore aggiunto lordo (al netto degli ammortamenti) rappresenta dunque l'importo disponibile per remunerare i fattori di produzione. Nel caso delle istituzioni culturali, il valore aggiunto è principalmente costituito dai redditi da lavoro.

Fig. 15: Il calcolo del valore aggiunto

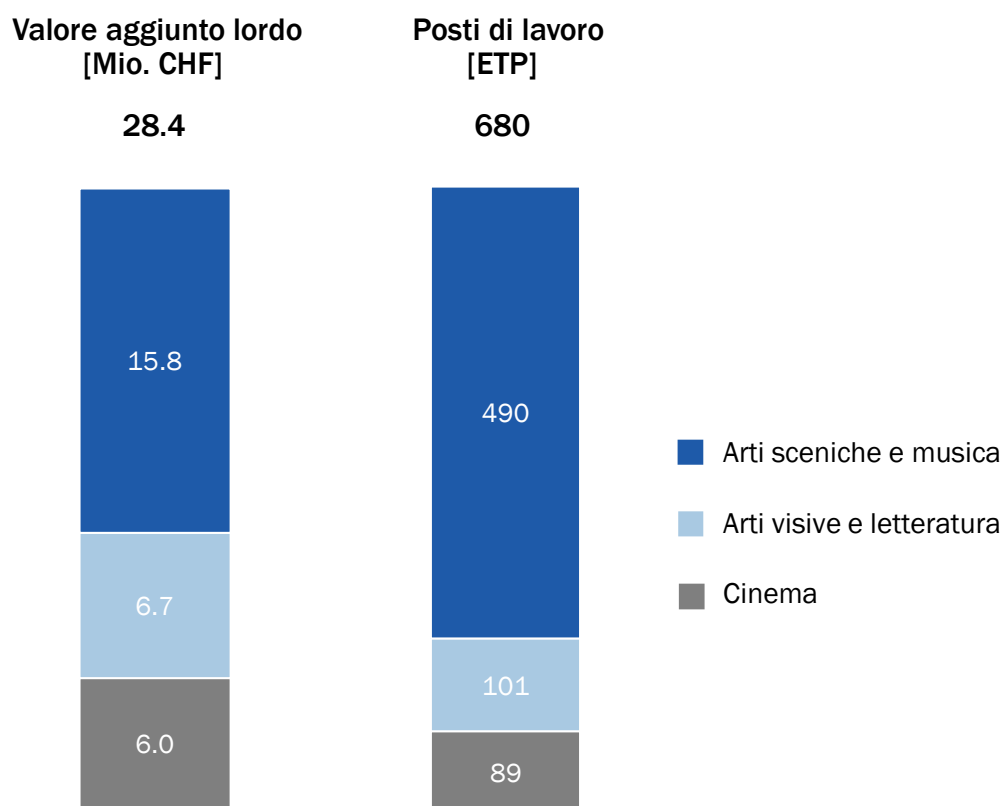


Fonte: BAK Economics

3 L'importanza economica della cultura

Questo capitolo presenta la prima parte dei risultati ottenuti dall'analisi d'impatto, ossia i cosiddetti effetti economici diretti, che comprendono la produzione di valore aggiunto lordo e il numero di posti di lavoro equivalenti a tempo pieno (ETP) riconducibili alle attività del settore culturale ticinese. A questo proposito va segnalato come questi dati siano complessivi e dunque non comprensivi di differenziazioni specifiche quali il numero di lavoratori frontalieri attivi in ambito culturale o la produzione di valore aggiunto lordo riconducibile ad essi.

Fig. 16: Gli effetti economici diretti del settore culturale ticinese (in senso stretto)



Fonte: BAK Economics

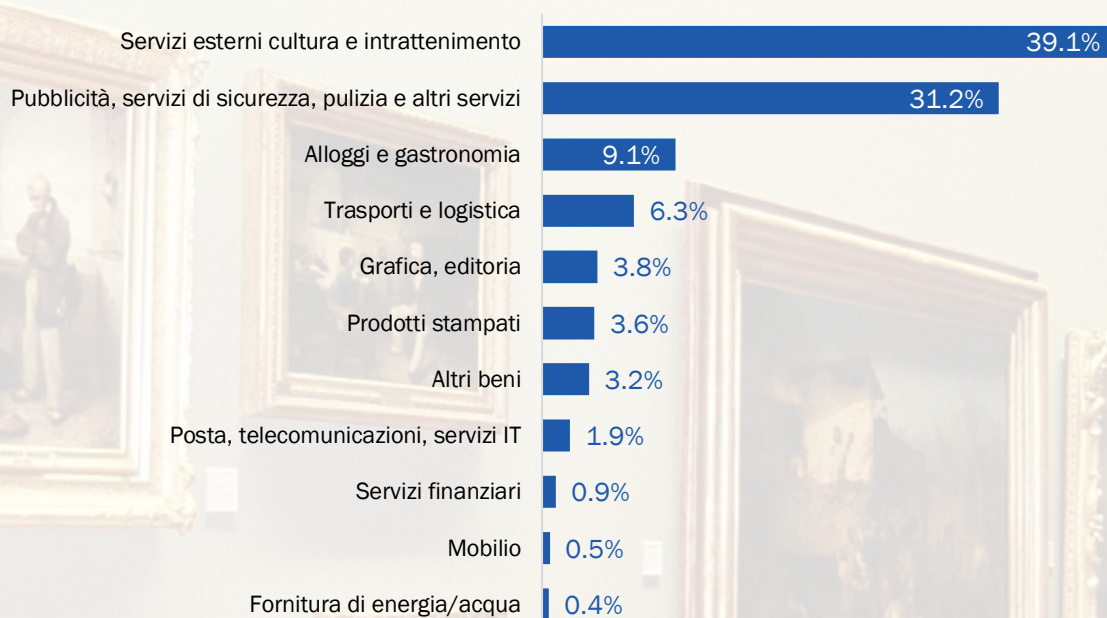
I risultati ottenuti mostrano che in Ticino il settore culturale produce un valore aggiunto lordo pari a 28.4 milioni di CHF. A livello di tipologia di offerta culturale, questa cifra si suddivide come segue: 15.8 milioni (55%) riguardano le arti sceniche e la musica, 6.7 milioni (24%) le arti visive e la letteratura e i restanti 6.0 (21%) milioni il cinema.

Per quel che concerne invece l'occupazione, il settore culturale ticinese impiega 680 dipendenti a tempo pieno. Di essi, 490 (72%) sono attivi nell'ambito delle arti sceniche e della musica, 101 (15%) nelle arti visive e nella letteratura e 89 (13%) nel cinema.

Domanda intermedia del settore culturale

Le spese per beni e servizi acquistati da terzi e che generano valore aggiunto vengono definite consumi intermedi. Poiché non sono disponibili dati sulla struttura dei consumi intermedi a livello regionale, essi sono stati raccolti presso le istituzioni e manifestazioni culturali coinvolte nel progetto.

Fig. 17: Struttura dei consumi intermedi del settore culturale ticinese



Nota: la struttura dei consumi intermedi delle istituzioni e manifestazioni culturali coinvolte nello studio, % sulle spese totali.

Fonte: BAK Economics

Le aziende fortemente legate al tessuto economico regionale sono caratterizzate dal fatto che un'alta percentuale di consumi intermedi viene acquistata da altri attori della regione. A ciò si associano degli effetti indiretti proporzionalmente più elevati, i quali generano un aumento del valore aggiunto tramite effetti moltiplicatori. In tal senso, il settore culturale ticinese mostra un'interdipendenza regionale superiore alla media.

La domanda dei dipendenti del settore culturale

Per quanto riguarda la domanda dei dipendenti del settore culturale, sulla base dell'indagine sul budget delle economie domestiche (IBED) dell'Ufficio federale di statistica (UST) è stato possibile ricavare un modello di consumo che consideri la situazione del reddito. Il modello tiene conto anche delle imposte, dei contributi sociali e delle spese al di fuori della regione, tre elementi che riducono i consumi regionali. Il modello considera inoltre il fatto che i consumi dei lavoratori dipendenti dipendono solo in parte dall'attività lucrativa, in quanto, in caso di disoccupazione, la previdenza di base è garantita dallo Stato.

4 Effetti indiretti e indotti del settore culturale

Nel Canton Ticino, numerose aziende hanno beneficiato delle attività economiche del settore culturale. Oltre a coinvolgere gli artisti, le istituzioni e manifestazioni culturali assegnano numerosi contratti per ottenere beni e servizi da terzi. In questo modo, numerose aziende ticinesi vengono coinvolte lungo l'intera catena del valore della produzione culturale. Nel 2019, le spese delle istituzioni e manifestazioni culturali destinate a beni e servizi forniti da aziende esterne ammontavano complessivamente a 46.5 milioni di CHF.

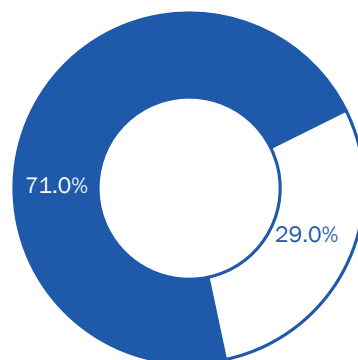
Circa tre quarti delle spese che il settore culturale destina agli onorari degli artisti e ai servizi di supporto alle arti dello spettacolo finiscono a persone e aziende esterne al Canton Ticino. Gli altri input, invece, provengono in gran parte dalla regione: il 71% delle spese per la costruzione di palchi, la tecnica scenica, la produzione di costumi, la stampa, l'informatica, l'energia, ecc. va infatti ad aziende ticinesi, ciò che ha un effetto positivo sul valore aggiunto, sui posti di lavoro e sui redditi da lavoro generati dalle aziende stesse.

Fig. 18: Commissioni ad aziende esterne al settore della cultura

33.5 Mio. CHF

Ticino

Il 71% del volume degli ordini è stato destinato ad aziende situate nel Canton Ticino



Fonte: BAK Economics

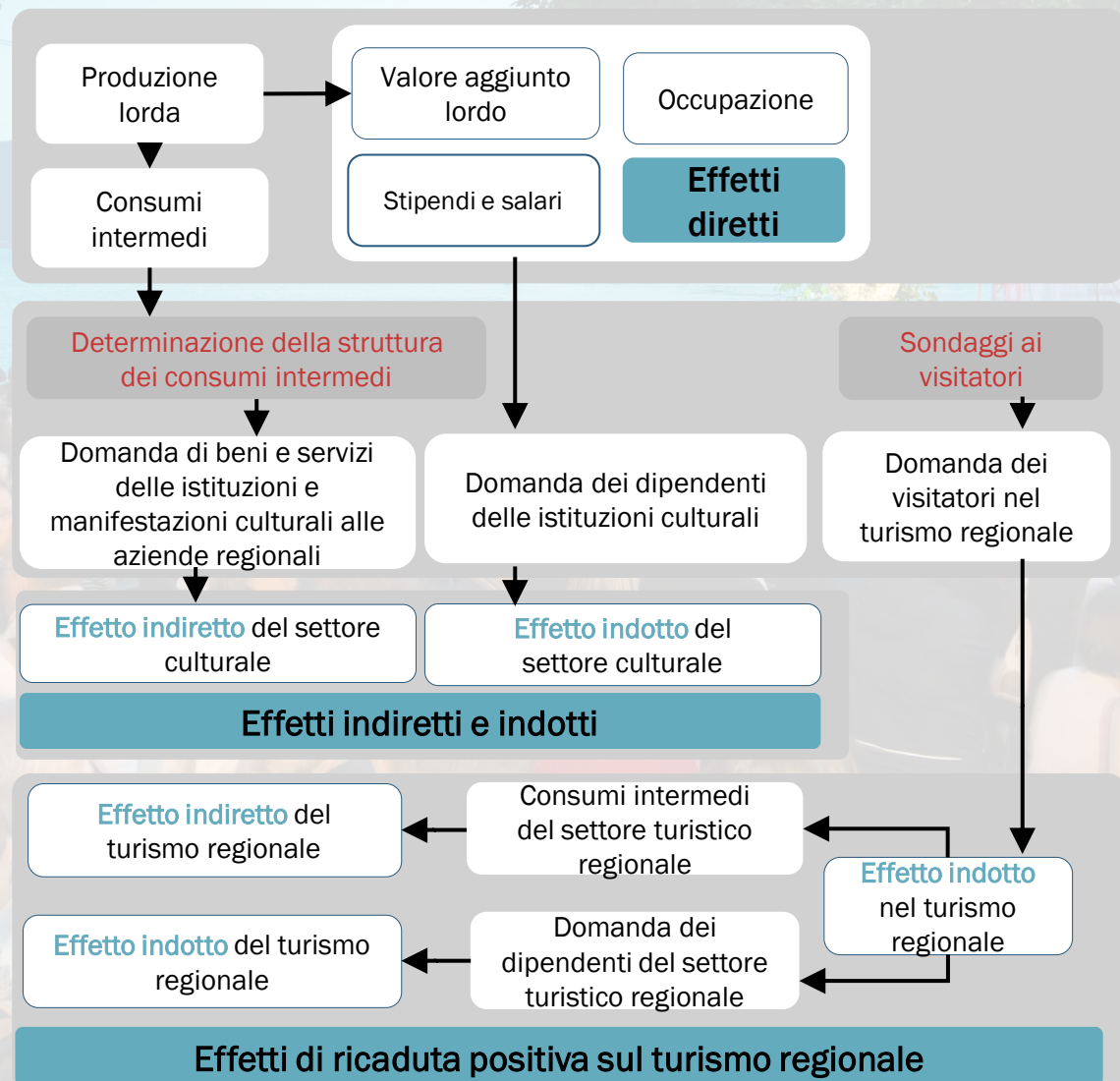
Oltre a ciò, il commercio e l'artigianato del Canton Ticino beneficiano del fatto che una parte dei salari pagati dalle istituzioni e manifestazioni culturali, pari a circa 24 milioni di CHF, rientra nel ciclo economico sotto forma di consumi locali.

Il modello di analisi d'impatto economico

Il modello di analisi d'impatto economico è utilizzato per quantificare il valore aggiunto e i posti di lavoro che vengono generati lungo l'intera catena del valore del settore culturale, considerando quindi anche settori che forniscono beni e servizi per lo svolgimento di attività culturali. Il modello di analisi è strutturato sulla base di tre livelli d'impatto economico:

- Effetti primari: la performance economica in senso stretto, ossia quella realizzata dalle stesse istituzioni e manifestazioni culturali.
- Effetti secondari: le commissioni del settore culturale a terzi e le spese di consumo dei dipendenti (entrambi i flussi di cassa devono essere specificati)
- Al terzo livello di impatto vengono infine analizzati e quantificati gli effetti moltiplicatori macroeconomici che derivano dai vari effetti secondari.

Fig. 19: Il modello di analisi d'impatto economico



Fonte: BAK Economics

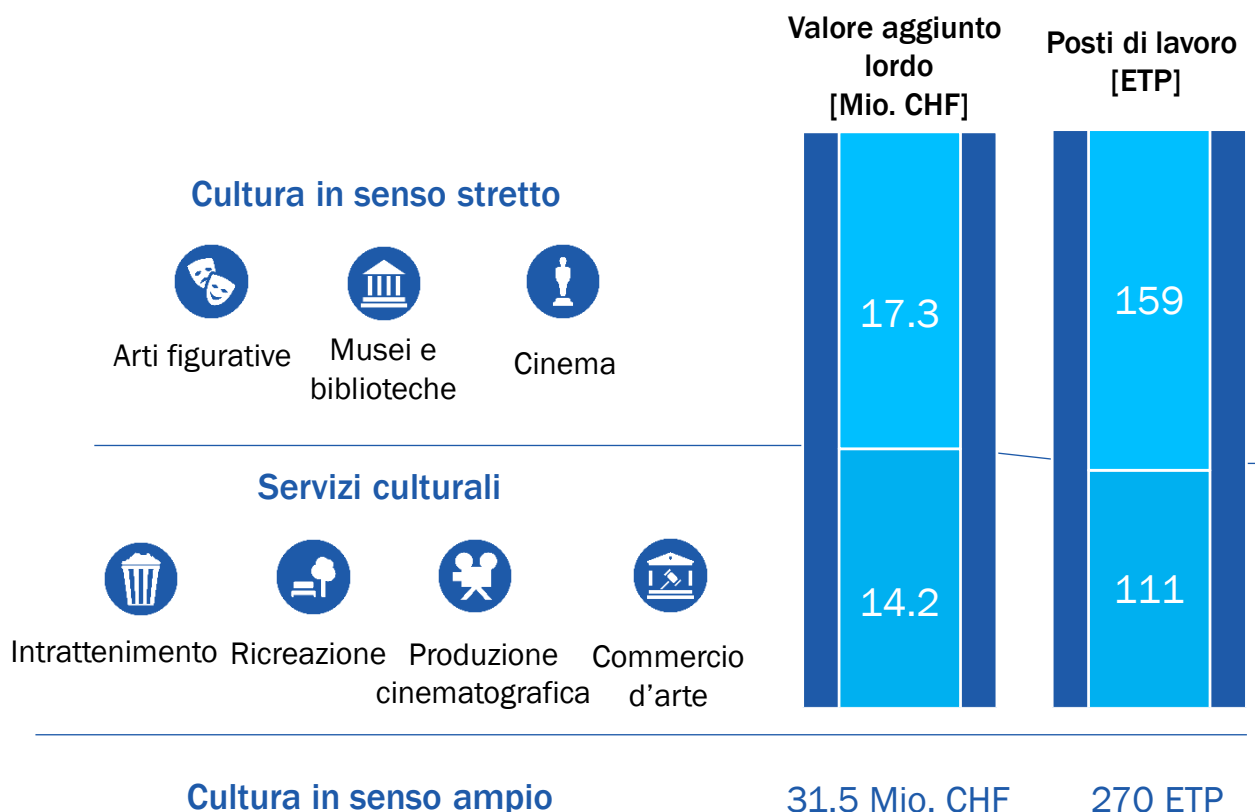
Numerose aziende beneficiano delle attività del settore culturale. Per quantificare questi effetti viene utilizzato un modello di impatto economico, ossia un sistema di equazioni costruito su informazioni strutturali riguardo la composizione della domanda e dell'offerta di beni e servizi nei vari settori economici.

Il modello può essere utilizzato per analizzare gli effetti nel ciclo economico che derivano dai vari flussi di pagamento direttamente innescati dal settore culturale. In questo caso, le spese dei visitatori nelle strutture turistiche locali non vengono ancora prese in considerazione. Gli effetti di ricaduta positiva nel turismo locale sono inclusi in un modulo di analisi aggiuntivo.

I risultati dell'analisi d'impatto mostrano che gli ordini e le spese direttamente legate al settore culturale generano in altri settori dell'economia ticinese un ulteriore valore aggiunto pari a 17.3 milioni di CHF. Questo dato è inoltre associato a 159 posti di lavoro equivalenti a tempo pieno. Ogni franco di valore aggiunto prodotto dalle istituzioni e manifestazioni culturali genera quindi un valore aggiunto di 60 centesimi in altri settori economici.

Considerando anche i servizi legati alla cultura, la creazione di valore aggiunto ammonta complessivamente a 31.5 milioni di CHF, a cui vengono associati 270 posti di lavoro equivalenti a tempo pieno.

Fig. 20: Effetti indiretti e indotti del settore culturale in altri settori



Fonte: BAK Economics

Il modello di analisi d'impatto economico

I dati raccolti tramite i sondaggi ai visitatori sono stati integrati nel modello analogamente ai dati finanziari forniti dalle istituzioni e manifestazioni culturali.

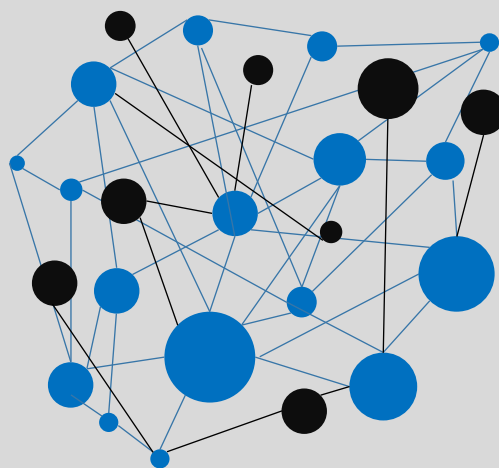
Per ogni evento è stata effettuata un'estrapolazione delle spese. A questo scopo, i valori alle due estremità del campione sono stati esclusi tramite una winsorizzazione. Ciò significa che i valori più estremi sono stati sostituiti con il valore pari al 95% del quantile dell'intero campione. In questo modo è possibile evitare che la stima della spesa totale sia distorta verso l'alto o verso il basso.

Se i flussi di pagamento dei visitatori sono specificati per le categorie gastronomia, alloggio, alimenti, shopping, lusso, trasporti, ecc., il modello di impatto regionale può essere utilizzato per quantificare gli effetti economici nel settore turistico e i loro effetti moltiplicatori.

Spese dei visitatori in Canton Ticino
[Mio. CHF]



Modello di calcolo degli
effetti circolari regionali



Il modello d'impatto regionale tiene conto delle interdipendenze economiche tra i settori di una regione, nonché tra questi ultimi e i settori esterni alla regione

Fonte: BAK Economics

5 Le ricadute positive nel turismo locale

Molto spesso, i visitatori delle istituzioni culturali che non risiedono nel Canton Ticino combinano la loro visita con un soggiorno prolungato a Sud delle Alpi. Da un lato, la frequentazione di istituzioni e manifestazioni culturali porta quindi dei benefici economici sia ai principali attori attivi in ambito turistico (ristoranti, alberghi, boutiques, ecc.), sia a tutte le aziende che si trovano lungo la catena del valore di queste attività turistiche. Dall'altro lato, l'offerta culturale può inoltre essere considerata come una vera e propria componente dell'offerta turistica di una regione. In tal senso, i risultati emersi dai sondaggi sottoposti ai visitatori culturali mostrano come quasi 3/4 di loro abbiano considerato l'offerta culturale del Canton Ticino come importante per decidere di raggiungerlo e di pernottarvi.

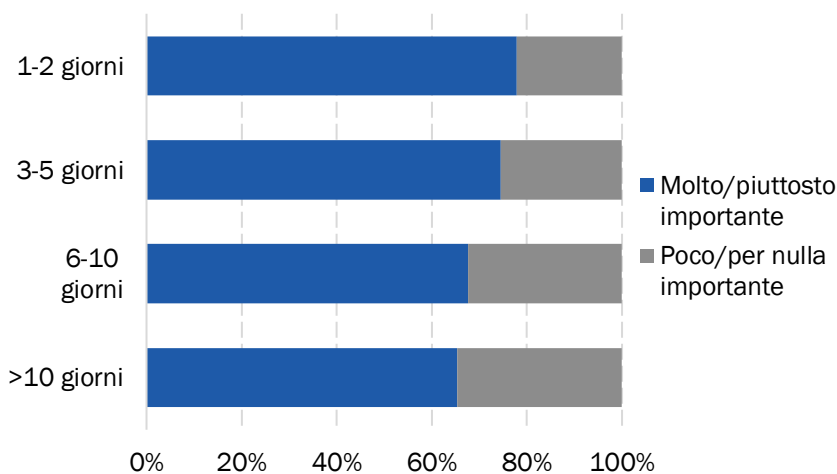
72.3 %

Nota: la percentuale di persone che hanno giudicato l'offerta culturale come molto o piuttosto importante per il loro arrivo in Ticino, % sulle interviste totali per questa categoria di rispondenti (N=1284).

Fonte: BAK Economics

Analizzando più da vicino questo aspetto è però possibile notare come l'importanza data all'offerta culturale sia progressivamente più bassa con l'aumentare dei giorni trascorsi in Ticino.

Fig. 21: L'importanza dell'offerta culturale secondo la durata del soggiorno in Ticino



Nota: % sul totale delle risposte per ogni categoria di pernottamento.

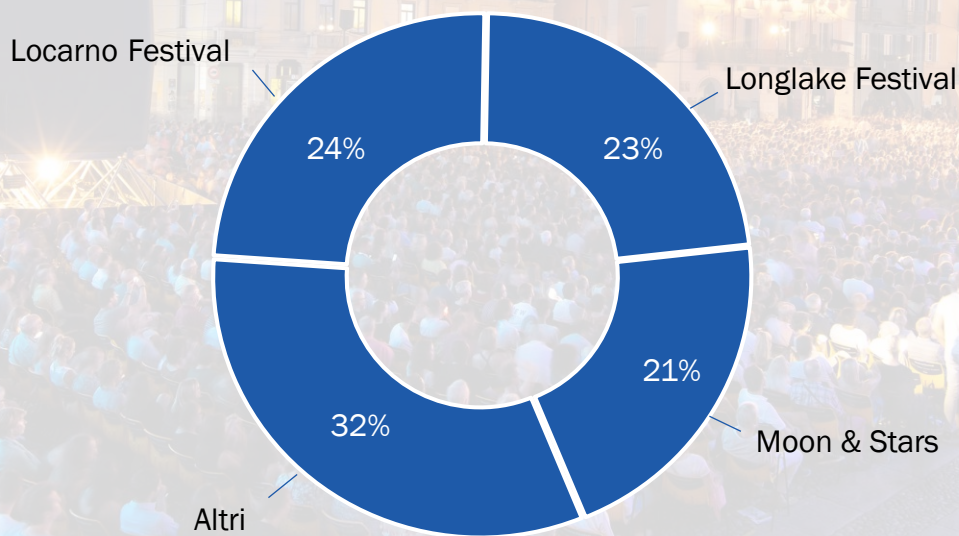
Fonte: BAK Economics

Gli "eventi faro" sono una calamita per i visitatori

In Ticino, alcuni eventi culturali attirano molti visitatori domiciliati in altri Cantoni svizzeri o in altri paesi. L'organizzazione di questi eventi culturali porta quindi a Sud delle Alpi molti visitatori svizzeri o provenienti dall'estero, ciò che genera poi delle ripercussioni positive nel settore turistico.

Questi eventi non sono però importanti solamente quali catalizzatori dell'interesse turistico, ma anche a livello economico. La Fig. 22 mostra infatti come tre eventi tra quelli considerati nel presente studio siano complessivamente responsabili del 68% della produzione del valore aggiunto lordo riconducibile al settore culturale ticinese.

Fig. 22: La quota di produzione di valore aggiunto lordo degli "eventi faro"

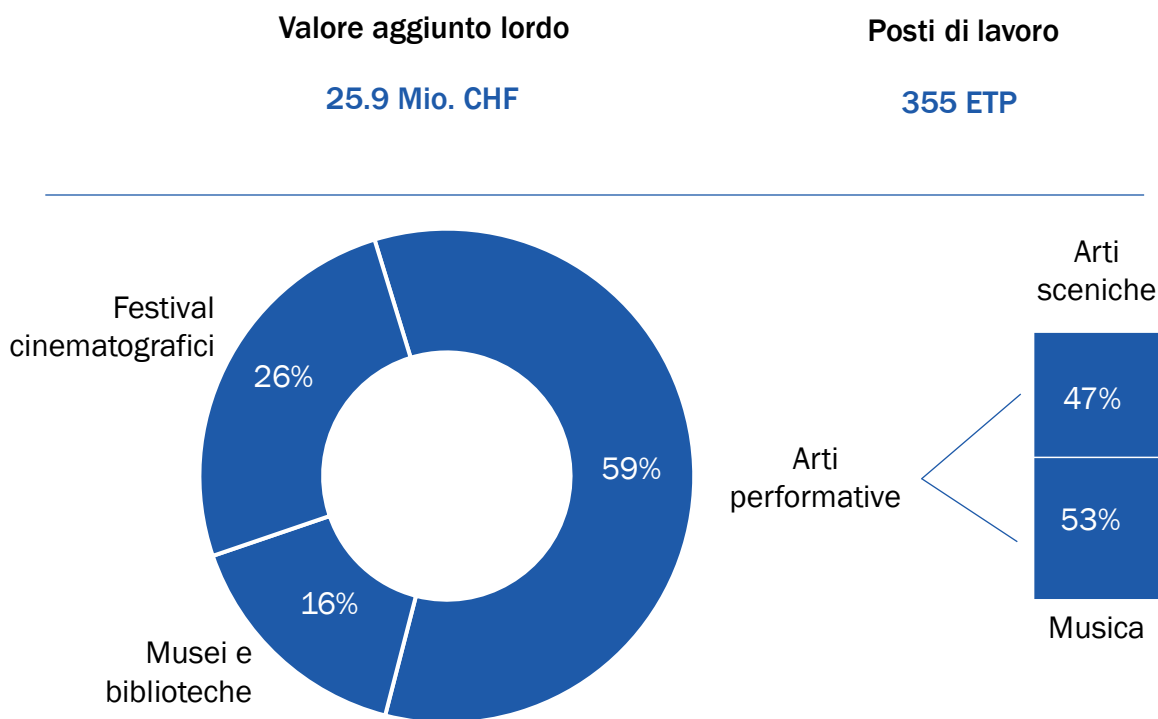


Nota: la quota di produzione di valore aggiunto lordo per evento culturale, % sulla produzione totale.
Fonte: BAK Economics

Complessivamente, gli eventi culturali generano una ricaduta positiva di circa 26 milioni di CHF. Oltre agli alberghi, ai ristoranti e ad altri fornitori di servizi turistici, ne beneficeranno anche le aziende di altri settori che operano come fornitori lungo la catena del valore turistico.

In particolare, le arti performative (59% del totale) e i festival cinematografici (26%) danno origine a notevoli effetti sul valore aggiunto prodotto dal turismo locale. Gli effetti di ricaduta positiva generati dalle arti performative sono infatti pari agli effetti diretti prodotti dalla stessa categoria di attività culturali, mentre nel caso dei festival cinematografici risultano superiori dell'11%.

Fig. 23: Effetti di ricaduta positiva nel settore turistico



Nota: la quota di valore aggiunto lordo prodotta nel settore turistico per tipologia culturale, % sul totale.
Fonte: BAK Economics

Tab. 3: L'impatto economico della cultura nel Canton Ticino

	Valore aggiunto [Mio. CHF]	Posti di lavoro [ETP]
Cultura in senso stretto	28.4	680
Arti figurative	15.8	490
Musei e biblioteche	6.7	101
Festival cinematografici	6.0	89
Servizi legati alla cultura	29.2	804
Effetti diretti del settore culturale	57.6	1'484
Effetti indiretti del settore culturale	31.5	270
Effetti di ricaduta positiva sul turismo	25.9	355
Effetto complessivo	115.0	2'110

Fonte: BAK Economics

6 L'impatto economico della cultura nel Canton Ticino

La cultura ha un valore importante per la società ed è quindi sostenuta finanziariamente dallo Stato (complessivamente con 27.8 milioni di CHF di sovvenzioni). Senza il sostegno pubblico, molte istituzioni come teatri, musei, festival musicali e cinematografici potrebbero difficilmente sopravvivere. Tuttavia, la cultura non genera solo costi, bensì anche una performance economica quantificabile. Come mostra l'analisi, in Ticino l'industria culturale genera un valore aggiunto di CHF 1.02 per ogni franco erogato quale sovvenzione.

Anche se l'importanza economica diretta della cultura è contenuta rispetto all'economia cantonale nel suo complesso, essa riveste un interesse strategico per un Cantone turistico come il Ticino. Questo perché la cultura è una componente dell'industria turistica e perché innesca anche degli effetti di ricaduta in altri settori economici legati al turismo. Nel corso dello studio sono state condotte delle interviste ai visitatori di 38 manifestazioni e istituzioni culturali, che attraverso i loro consumi hanno generato un valore aggiunto di 26 milioni di CHF. Anche gli effetti indiretti lungo la catena del valore portano a una creazione di valore aggiunto, che è quantificabile a 17 milioni di CHF. In tal senso, l'effetto complessivo dell'industria culturale raggiunge 72 milioni di CHF, ossia un valore superiore di circa due volte e mezzo a quello dei sussidi erogati. Ogni franco di sussidio pubblico genera infatti 2.58 CHF di valore aggiunto nel Cantone Ticino.

Questi dati continuano a sottovalutare l'importanza reale del turismo per il Ticino, in quanto un'offerta culturale di alta qualità è una componente fondamentale per aumentare l'attrattività di una località. Infatti, l'offerta culturale ha anche un'influenza positiva sulle decisioni di viaggio dei turisti che non ne fruiscono o non la utilizzano per ogni visita (vantaggi facoltativi). Dal sondaggio tra i visitatori emerge che per il 75% delle persone che hanno pernottato in Ticino e per il 93% dei turisti giornalieri l'offerta culturale è stata un motivo importante o addirittura molto importante per visitare il Cantone a sud delle Alpi.

Oltre all'industria culturale in senso stretto, lungo le catene di valore aggiunto dei servizi legati alla cultura (come ad esempio l'intrattenimento, il commercio d'arte e la produzione cinematografica) viene creato un ulteriore valore aggiunto pari a 43 milioni di CHF. L'impatto economico complessivo della cultura in senso ampio è quindi quantificabile con una produzione di valore aggiunto di 115 milioni di CHF e la creazione di circa 2'100 posti di lavoro.

L'analisi mostra che i festival con un rilievo sovraregionale e i principali eventi culturali innescano notevoli effetti macroeconomici che vanno ben oltre il livello dei finanziamenti statali. Per questo motivo, aggiornare l'offerta culturale è una strategia razionale per promuovere l'offerta turistica ticinese.

7 Allegati

Tab. 4: Le 38 istituzioni coinvolte nello studio

Istituzione o manifestazione culturale	Luogo	Categoria culturale
Bellinzona Blues Festival	Bellinzona	Musica
La Filanda	Mendrisio	Letteratura
Blues to Bop	Lugano	Musica
Castellinaria	Bellinzona	Cinema
Cinema Teatro Chiasso	Chiasso	Arti sceniche
Estival Jazz	Lugano	Musica
Eventi letterari Monte Verità	Ascona	Letteratura
Festa Danzante	Lugano	Arti sceniche
Festate	Chiasso	Musica
Festival Artisti di Strada	Ascona	Arti sceniche
Festival internazionale delle marionette	Lugano	Arti sceniche
Film Festival Diritti Umani	Lugano	Cinema
FIT Festival Internazionale del Teatro	Lugano	Arti sceniche
Jazz Ascona	Ascona	Musica
La spada nella rocca	Bellinzona	Altro
Locarno Festival	Locarno	Cinema
Long Lake	Lugano	Musica
LuganoInScena	Lugano	Arti sceniche
LuganoMusica	Lugano	Musica

Istituzione o manifestazione culturale	Luogo	Categoria culturale
m.a.x. Museo	Chiasso	Arti visive
MASI Lugano	Lugano	Arti visive
Moon & Stars	Locarno	Musica
Musei di Castelgrande, Montebello e Sasso Corbaro	Bellinzona	Arti visive
Museo cantonale di storia naturale	Lugano	Arti visive
Museo comunale d'arte moderna	Ascona	Arti visive
Museo d'arte Mendrisio	Mendrisio	Arti visive
Museo Hermann Hesse	Montagnola	Arti visive
Museo Villa dei Cedri	Bellinzona	Arti visive
OSI	Lugano	Musica
Pinacoteca cantonale Giovanni Züst	Rancate	Arti visive
Pinacoteca Casa Rusca	Locarno	Arti visive
Processioni storiche di Mendrisio	Mendrisio	Altro
Settimane musicali di Ascona	Ascona	Musica
Teatro Dimitri	Verscio	Arti sceniche
Teatro Kursaal Locarno	Locarno	Arti sceniche
Teatro Sociale Bellinzona	Bellinzona	Arti sceniche
Vallemaggia Blues Festival	Vallemaggia	Musica
Verzasca Foto Festival	Sonogno	Arti visive

Ringraziamenti

BAK Economics ringrazia le collaboratrici e i collaboratori della Divisione dell'economia (DE) del DFE e della Divisione della cultura e degli studi universitari (DCSU) del DECS per la collaborazione durante le diverse fasi del progetto. Un ringraziamento particolare va alle collaboratrici e ai collaboratori dell'Osservatorio culturale del Cantone Ticino (DCSU) impegnati nello svolgimento delle interviste ai visitatori culturali. Si ringraziano anche l'Agenzia turistica ticinese (ATT), la Radiotelevisione svizzera di lingua italiana (RSI), il Locarno Festival e la Camera di commercio, dell'industria, dell'artigianato e dei servizi del Canton Ticino (Cc-Ti) per il loro supporto all'interno del gruppo d'accompagnamento del progetto. Infine, grazie per la preziosa collaborazione a tutte le istituzioni e manifestazioni culturali coinvolte nello studio.



BAK Economics AG è nato nel 1980 come spin-off dell'Università di Basilea, con la quale mantiene tutt'oggi un contatto costante. A partire dal 1987 BAK ha assunto le caratteristiche di un'azienda privata secondo il diritto svizzero.

Negli ultimi anni, BAK si è ulteriormente sviluppato per fornire ai propri clienti un'offerta di servizi sempre più vicina e in linea con le loro esigenze trasversali e al passo con le tecnologie più innovative. Grazie ad una presenza territoriale in evoluzione e ad una forte e sviluppata sensibilità verso le dinamiche locali e regionali, BAK è un partner solido e affidabile in grado di fornire servizi in modo capillare e sistematico. I suoi servizi sono riassumibili nel suo stesso nome: Beratung (Consulenza), Analysen (Analisi) e Kommunikation (Comunicazione).

Le tre sedi del gruppo (Basilea, Zurigo e Lugano) sono in contatto costante tra loro proprio per offrire ai clienti, oltre a competenze specifiche e sinergiche volte ad un servizio di qualità, la possibilità di accedere a un network consolidato e ben ramificato in tutta la Svizzera. In un mondo sempre più veloce e immediato, la messa in rete tra le persone – siano esse imprenditori, manager, rappresentanti istituzionali e personalità di spicco dei vari settori – resta un caposaldo per lo sviluppo economico nonché per l'ampliamento e consolidamento del proprio business. I valori su cui BAK fonda la sua azione sono qualità, concretezza, trasparenza e innovazione.

BAK Economics AG

Sede a Basilea
BAK Economics AG
Güterstrasse 82
CH-4053 Basel

Sede a Zurigo
BAK Economics AG
Zürichbergstrasse 21
CH-8032 Zürich

Sede a Lugano
BAK Economics AG
Via Cantonale 36
CH-6928 Manno