

TAVOLO LAVORO CULTURA E TURISMO

OBIETTIVI TAVOLI TEMATICI

Sabato 16 Maggio 2020

Filo conduttore di tutti gli interventi: il modello di sviluppo cui eravamo ancorati è entrato in crisi e questa crisi forse ci permette di ripensare a questo modello come sistema Paese. Ne emerge una comunità coesa e rispettosa della sua pluralità. Tutti gli interventi, nelle loro differenze, sono stati motivati e motivanti.

PAROLE CHIAVE DELLA DISCUSSIONE:

FUTURO:

necessità irrinunciabile per affrontare le fasi successive

PATRIMONIO:

come competenze e professionalità irrinunciabili, difesa del patrimonio del lavoro di chi lavora: fondamenta che sostengono il lavoro e la produzione culturale/componenti fondamentali dello spettacolo dal vivo e non solo.

PUBBLICO:

cultura come servizio pubblico ma anche come pubblico che si reca a vedere uno spettacolo: il pubblico non è un cliente da riconquistare ma un cittadino che decide di farsi spettatore.

VALORE:

Il valore della cultura non è solo una questione ragionieristica. I valori più profondi sono: creare cittadinanza, creare capitale sociale/coesione sociale, fornire strumenti di conoscenza per leggere i cambiamenti in modo da saperli affrontare con

responsabilità perché se non si è in grado di leggere i cambiamenti non si produce neppure valore economico. Tutto questo porta alla consapevolezza che investire in cultura non è assistenzialismo ma investimento sull'oggi e sul futuro.

LAVORO: i lavoratori della cultura (indotto compreso) apportano circa il 6% del PIL e sono in tutto circa un milione. Tutti i professionisti hanno in comune l'esperienza di una forte discontinuità nell'attività lavorativa e di un reddito mediamente molto basso. Prevalgono i contratti a termine e gli intermittenti. Sono lavoratori con un livello di preparazione e studio molto alto. A loro si applicano circa 10 tipologie di contratti diversi.

COMUNITA':

Lavorare perché non si perda questa dimensione. Lavorare sul concetto di separatezza perché non si perda la dimensione della comunità. Non parliamo quindi di **riapertura** dei luoghi della cultura ma di **apertura** per avvicinare anche un nuovo pubblico. Non dare per scontato che le persone sentano il bisogno, con la ripresa, di socializzare nei luoghi della cultura (ci si deve lavorare).

EUROPA:

Scenario con cui la cultura italiana si è sempre confrontata, anche in questa emergenza deve continuare a farlo.

TRANSIZIONE/RIPARTENZA/RIPROGETTAZIONE/ FORMAZIONE:

Parole strettamente connesse perché la cultura è una vera e propria "industria culturale" che produce e distribuisce attraverso processi complessi prodotti di alto contenuto creativo ed artistico. La cultura diffonde arte e conoscenza: non è un passatempo.

PROMOZIONE:

Promuovere l'enorme patrimonio culturale del nostro paese genera al contempo anche un valore economico importante (vedi anche parola **VALORE**). Non bastano le campagne istituzionali o le iniziative una tantum; diffusione capillare nelle scuole, nei quartieri. Aumentare la promozione dei tanti elementi forti che rendono peculiare Milano nel Mondo (vale sia per turismo sia per cultura).

CAMBIAMENTO:

Lo si pratica concretamente ripartendo dal territorio, dai quartieri. Facendo incrociare welfare e cultura; messa in rete continua tra cultura e altri settori, continuo rimando tra il centro e gli altri quartieri.

SICUREZZA:

Sicurezza dei lavoratori/della sostenibilità economica/della libertà artistica (impensabile fare recitare con le mascherine...)

INNOVAZIONE:

Più facilmente sperimentabile, per esempio, nei festival che per loro natura sono strutture leggere. Sondare tutte le potenzialità delle tecnologie digitali.

1. RISPETTO ALLE QUESTIONI AFFRONTATE E AI TEMI EMERSI, PROPOSTA CONCRETA AL GOVERNO

CULTURA PREMESSA

Investire in cultura (preservare il patrimonio, promuovere lo sviluppo e sostenere la produzione culturale) non è solo un dovere costituzionale (Art. 9 della Costituzione) ma è una scelta necessaria moralmente e utile economicamente.

Il messaggio da dare deve essere lo stesso che diede, nel 2014, il Ministro Franceschini: “mi sento la responsabilità di guidare il Ministero più importante” (messaggio che voleva arrivare a tutti i decisori politici non, quindi, una dichiarazione simbolica).

Le misure proposte dal Governo per aiutare il comparto culturale ad affrontare questa emergenza sono una prima risposta importante.

I luoghi della cultura sono servizi pubblici essenziali.

In questo periodo di emergenza sanitaria il “grido di dolore” che è arrivato dal mondo della cultura e dello spettacolo è stato forte.

Una cultura che però non è rimasta silente e in attesa ma che ha cercato altre vie per darsi una voce e lo si è visto con la grande esplosione della creatività nell'utilizzo della Rete.

La Rete, usata in modo intelligente, può moltiplicare l'accesso al mondo della cultura, non sostituendosi allo spettacolo dal vivo ma aggiungendosi in modo complementare; non in sostituzione ma in integrazione.

Questi mesi di emergenza sanitaria hanno dimostrato quanto la cultura sia insostituibile, quanto influisca in modo potente a migliorare le relazioni sociali e umane, ad aumentare il senso civico e di appartenenza. La mancanza “dell'esperienza fisica” della cultura ha reso evidente quanto questa dimensione sia insostituibile.

La sofferenza del comparto culturale è stata ed è fortissima: è stato il primo settore colpito dalle misure di contenimento covid e sarà molto probabilmente tra gli ultimi a riprendere.

PROPOSTE

Bisogna farsi carico di questa sofferenza. I piani di intervento sono due:

- **SOCCORSO:** fare in modo che chi produce cultura possa essere fin da subito aiutato per tutelare la vitalità, la proposta, il progetto culturale ma in certi casi per mantenere anche la mera esistenza. Alle misure del Governo, illustrate dal Ministro Franceschini, si aggiungono quelle del comune di Milano che ha approvato il Piano Cultura.

Piano Cultura: 2 milioni di euro presi dal Fondo di mutuo soccorso (donazioni di cittadini e imprese per questa emergenza) dedicati alla cultura. L'utilizzo è immediato per i soggetti che sono in sofferenza. Sono stati individuati tre obiettivi strategici e operativi per raggiungere tutti coloro che lavorano nella produzione e nella diffusione culturale.

1. **Case della cultura:** contributo a fondo perduto per le spese di mantenimento delle sedi culturali che sono rimaste chiuse in questo periodo. Importanti perché sono sedi diffuse in tutta la Città, anche in luoghi "critici" dove svolgono una funzione pubblica insostituibile.
2. **Cultura e lavoro:** contributo alla copertura dei danni subiti dalla sospensione forzata delle attività (es: agenzie di servizi, cooperative che avevano progetti con contratti in essere o pronti a partire e che sono stati forzatamente sospesi).
3. **Focus progetti pilota:** sostegno ad alcuni progetti pilota che si fondino sul principio di sostenibilità delle risorse, che mirino a progettare nuove forme di ripresa della fruizione culturale sulla base delle nuove prescrizioni restrittive date dalle norme igienico-sanitarie.

Col Piano cultura, Milano propone un modello di metodo di lavoro al Governo nazionale/Compartecipazione pubblico privato.

Il Fondo è ancora aperto, la delibera di Giunta prevede ulteriori azioni nel caso in cui questo Fondo continuasse a incrementare.

- **RINASCITA:** tutti consapevoli che non sarà possibile tornare al gennaio 2020, quindi bisogna far rinascere la proposta e l'offerta culturale del nostro paese.

Proposte al Governo:

- 1 Immaginare un piano strategico nazionale che disegni lo sviluppo culturale dei prossimi anni attuando scelte importanti (oltre che salvaguardare il patrimonio artistico culturale al fine di promuoverlo).**
- 2 Attenzione al tema del lavoro garantendo strumenti di tutela in un settore che è caratterizzato per sua natura dalla precarietà e dall'intermittenza e che vive di comunità e contatti. Pensare a nuovi strumenti di tutela per incidere sulla qualità del lavoro.**
- 3 Pensare alla cultura come a un settore produttivo integrato, come un mosaico con tasselli molto connessi tra loro e interdipendenti.**
- 4 Ripartire dalle Città: permettere alle amministrazioni locali di sostenere la cultura sia da un punto di vista economico, sia da un punto di vista normativo (evitare discrasie tra scelte nazionali e scelte regionali visto che molti luoghi della cultura vengono gestiti dai Comuni). La cultura è un'energia in grado di riaccendere le luci delle nostre Città. Non c'è elemento della produzione industriale italiana che non sia connesso con la storia e la produzione culturale del nostro paese.**
- 5 Programmazione di investimenti pluriennali solidi. Se si vuole investire sul nuovo si deve prestare attenzione ai tempi degli investimenti che non**

- possono essere quelli conosciuti e già sperimentati perché c'è bisogno di ricerca e sperimentazione.
- 6 Gli aiuti governativi devono arrivare per tempo e con tempi certi e tutte le procedure messe in atto devono essere chiare (vale per turismo e cultura)
 - 7 Valorizzare/sostenere artisti, designer e produzioni italiane
 - 8 Nell'immediato, visto che senza pubblico la cultura non esiste e che in questa fase di ripresa le persone avranno altre priorità date dalle difficoltà economiche, servirebbe un bonus cultura come è stato previsto per le vacanze.
 - 9 Ripensare la politica dei prezzi della cultura: occorre pensare alla riduzione dei prezzi se vogliamo far tornare la gente a fruire degli spettacoli, sia per la questione economica, sia perché adesso in Rete si trova di tutto. L'emergenza sanitaria ha generato una diffidenza sociale e per andare verso la ricomposizione bisogna invogliare il pubblico a tornare a teatro, al cinema, ecc.
 - 10 Necessità che vi sia un progetto nazionale per il design italiano. Una pianificazione nazionale degli interventi sulla promozione internazionale, sul riconoscimento della professione, sul diritto d'autore.
 - 11 Le richieste di intervento pubblico sono molte, ma non possiamo puntare tutto sui finanziamenti pubblici soprattutto in questa fase, quindi sarebbe opportuno prevedere sgravi fiscali per finanziatori privati.

TURISMO PREMessa:

Il turismo italiano ha un vantaggio competitivo con il resto del mondo che gli viene anche dalla ricchezza della nostra offerta culturale.

il turismo è la principale forma di ospitalità e accoglienza ed è volano dell'economia, trae vantaggio dall'offerta culturale per cui occorre connetterlo sempre più con la cultura attraverso l'informazione. La presenza dei turisti è una grande forma di indotto.

Ora il turismo è un settore in ginocchio che punta a risollevarsi. La manovra governativa prevede tutta una serie di interventi che sono stati illustrati dal Ministro Franceschini, tra questi alcune forme per aiutare i privati a investire su strutture e attività per evitare che vengano acquistate con "soldi poco trasparenti" o con soldi di altri paesi approfittando così di un periodo di crisi legato all'emergenza covid, strutture e attività che però col tempo potranno riprendersi e ripartire.

Tutte le attività legate al mondo della cultura e del turismo saranno tra le ultime a riprendere per cui serve massima attenzione al tema del lavoro, al fine di garantire gli strumenti di tutela e contrastare la precarietà che contraddistingue da sempre questi settori, prevedendo aiuti statali necessari con defiscalizzazioni per evitare il rischio che a salvarsi siano solamente i grandi gruppi.

Proposte al Governo (alcune però riguardano più specificatamente Milano):

- 1. Utilizzare le risorse del Bonus Vacanze per alleggerire la parte contributiva degli stipendi dei lavoratori del comparto alberghiero. Questo consentirebbe di riassumere parte dei lavoratori stagionali che rischiano di perdere il lavoro. Timore**

che il Bonus lasciato alle famiglie possa non essere utilizzato perché le famiglie avranno altro a cui pensare (limite di utilizzo dato dall'ISEE).

- 2. Lavorare a livello Europeo perché i protocolli di sicurezza e di accoglienza siano il più possibile omogenei.**
- 3. Prolungare cassa integrazione ad aprile 2021.**
- 4. Rapporto tra turismo e cultura deve essere incrementato il più possibile**
- 5. Il 50% dei consumi avvengono nel Centro della Città. Necessità, quindi, di rendere più rilevanti gli altri quartieri, di farli conoscere di più. Attenzione: Milano ha un'immagine molto forte ma sono pochi gli elementi conosciuti che fanno conoscere Milano nel mondo/necessità, quindi, di lavorare su una maggiore promozione (sistema unico dell'offerta culturale) e di maggiori risorse per promuoverla sempre di più.**
- 6. Home sharing: presente in modo rilevante a Milano. Ha una forte utilità sociale, basti pensare agli alloggi messi a disposizione per medici e infermieri in questo periodo di emergenza sanitaria. Richiesta di protocolli di sicurezza ad hoc (distinti da quelli degli alberghi e dei ristoranti). Richiesta di essere riconosciuti anche all'interno delle manovre di sostegno economico messe in campo dal Governo. Rimozione degli ostacoli burocratici per garantire una fruizione agile ed efficace del servizio (proposte già presentate direttamente per quanto di competenza a tutti i livelli: comunale, regionale e nazionale)**
- 7. Guide turistiche: questo è il momento giusto per riprendere in mano la riforma della professione. Riconoscere questo che è un lavoro precario ma che è utilissimo sia per la cultura sia per il turismo del nostro paese (e in questo momento quindi la**

sofferenza è doppia). Attuare una sorta di “Pubblicità Progresso” per far scoprire l’Italia attraverso la professionalità delle guide turistiche.

8. Federcongressi chiede un’attenzione maggiore nei confronti di un settore che non è stato molto considerato dal decreto governativo. Sapere in anticipo quando si potrà riaprire per far fronte alle esigenze organizzative.

9. Gli aiuti governativi devono arrivare per tempo e con tempi certi e tutte le procedure messe in atto devono essere chiare (vale per turismo e cultura)

2. RISPETTO ALLE QUESTIONI AFFRONTATE E AI TEMI EMERSI, RICADUTA\PROPOSTA SULLA CITTA’ METROPOLITANA DI MILANO/MILANO

Alcuni spunti di riflessione si incrociano con il capitolo precedente.

Si chiede una particolare attenzione al design che in questi anni sta subendo una profonda mutazione: non più design come solo “prodotto” perchè il design ha ormai abbracciato, oltre al prodotto, anche il tema dei servizi e dei processi, impegnandosi sui temi della sostenibilità

Ripartire dalle Città ha anche un valore simbolico molto forte, le comunità locali hanno e fanno vivere un reticolo culturale profondamente connesso con la storia della propria Città.

La valorizzazione delle aree periferiche è prioritaria.

Accogliere gli stimoli che arrivano dai Municipi che vogliono sperimentare nuovi progetti/ma possono anche recuperare pratiche che vengono dal passato come gli spettacoli all’aperto.

Utilizzare l'autunno per sperimentazioni importanti anche per capire come uscire da questo momento: promuovere sinergie forti con i luoghi della formazione (scuole e università). Fare uscire gli studenti dalle aule (visto che anche su questo fronte bisognerà gestire il distanziamento sociale) per avvicinarli ai luoghi della cultura.

Area metropolitana. Esistono le zone omogenee all'interno delle quali si potrebbe portare avanti una pianificazione delle politiche culturali (sistemi museali, ville, eventi pubblici, cinema, teatri, biblioteche) anche per supplire ai problemi di "pubblico" limitato che i singoli comuni dell'area metropolitana normalmente hanno. Pianificazione che servirebbe inoltre per garantire una "cultura di prossimità" pervasiva in grado di raggiungere più comunità possibile.

Semplificazione dei permessi per spettacoli al di sotto dei 100 partecipanti.

Selezionare gli eventi, premiare la qualità, decentrare le manifestazioni e creare rimandi ai quartieri.

Le Biblioteche sono luoghi dove si veicola la conoscenza e sono presidi di comunità, piazze del sapere: con strumenti innovativi possono diventare qualcosa di più e di diverso, ora c'è l'opportunità per ripensarle.

Ripensare al rapporto della Città Metropolitana con il turismo per ripartire da subito con un turismo in prevalenza italiano di prossimità e poter rivedere i milioni di turisti degli ultimi anni riprendendo il trend positivo che si è bruscamente interrotto con la pandemia.

3. REGIONE LOMBARDIA: IN RELAZIONE AI TEMI AFFRONTATI PROPOSTE

Non c'è consapevolezza da parte di Regione Lombardia di quanto la cultura sia una leva sociale ed economica/Regione Lombardia non è un interlocutore attento (le scelte fatte nei bilanci nel corso degli anni ne sono la dimostrazione più lampante).

Emergono diverse inadempienze della Regione per quanto riguarda la conservazione dei beni culturali e l'organizzazione della cultura, oltre ai mancati investimenti nel ramo degli audiovisivi; sono tutte competenze, per legge, regionali. Infatti la conservazione dei beni culturali e l'organizzazione della cultura rientrano tra le cosiddette materie concorrenti (Titolo V della Costituzione). Si denunciano da più parti le sue inadempienze e la sua scarsa progettualità.

Occorrono procedure snelle per gli accessi ai bandi anche per le associazioni culturali, in modo da favorire l'incremento delle sponsorizzazioni culturali a favore delle associazioni.

Potenziare la promozione del turismo: il turismo internazionale adesso faticherà ad esserci, ora abbiamo l'opportunità di far scoprire le vacanze in Italia. Attenzione da prestare anche al turismo d'affari.

4.INDICARE, IN GENERALE, TRE IDEE, PROPOSTE, SUGGERIMENTI CONSIDERATI UTILI ED IMPORTANTI PER IL PASSAGGIO DALLA FASE 2 ALLA FASE 3

- La rapidità di reazione alle condizioni esterne è oggi una delle caratteristiche più importanti dell'attività culturale. Ad esempio la rete, se usata in maniera intelligente può moltiplicare l'accesso al teatro, alla musica, alla danza non sostituendosi allo spettacolo dal vivo, ma vista la limitazione alla platea, si può affiancare attraverso una piattaforma digitale pubblica, dando la possibilità di fruire gli spettacoli on line a pagamento, ma naturalmente con prezzi diversi. Abbiamo visto la positiva esperienza di questi mesi con l'utilizzo delle piattaforme digitali: una volta tornati alla normalità potrebbe essere una soluzione, soprattutto per chi fa più fatica a muoversi, abita lontano dai luoghi della cultura o non può permettersi di sostenere il costo della visione di uno spettacolo dal vivo.
- Altro elemento emerso in questi mesi, è l'importanza di fare rete per chi fa cultura e condividere le osservazioni e le proposte: occorre evitare di disperdere idee e fondi ma bisogna riuscire a spostare gli interventi per costituire fondi in modo che siano usufruibili a tutti.
- Non si può inoltre prescindere dall'ascoltare le piccole imprese e i professionisti, dal creare network, perché la cultura deve assolutamente avere dei luoghi protetti ma ha bisogno anche di chi la produce che in questo momento è in una reale sofferenza economica perché produrre opere culturali è un lavoro duro e un percorso irto di ostacoli. La richiesta emersa per facilitare questi percorsi è quella di fare dei tavoli di lavoro, o meglio tavoli di crisi, per gestire al meglio la situazione ma anche per ripartire in sicurezza,

visto che c'è anche una responsabilità penale nei confronti dei lavoratori.