

Economia e gestione dei beni culturali  
Anno accademico 2007/2008  
Lezione 5



# CLASSIFICAZIONE ECONOMICA DEI BENI CULTURALI

Dario Villa

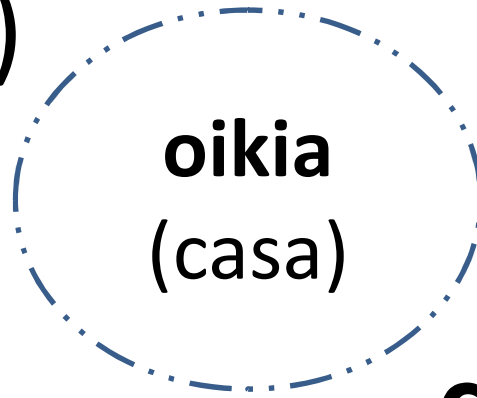
## premessa

l'economista **non può – e non deve – esprimersi sul valore qualitativo** di un prodotto culturale, non è questo il suo compito

suo compito è di basarsi sul giudizio degli operatori culturali del settore, per cercare di **applicare categorie** che derivano dalla tradizione economica consolidata, anche se questo non è esente da difficoltà

premessa

**individualismo**  
(economia)



**collettivismo**  
(cultura)

## premessa

l'**economia** mette al centro delle sue finalità la **massimizzazione della soddisfazione individuale**

la **cultura** si basa su processi **relazionali** – il bene culturale in particolare esiste solo come portato collettivo e trans-generazionale

il tema del **valore** è centrale per l'inquadrimento dei beni culturali in termini economici, e si gioca sul rapporto tra individuo e collettività

# **il concetto di valore nel pensiero economico**

# valore

## Adam Smith

*(La ricchezza delle nazioni, 1776)*

### FOCUS SUL BENE

**valore di uso:** utilità di un bene per soddisfare un  
bisogno

**valore di scambio:** potere di acquisto (nei  
confronti di altri oggetti)

[ il bene culturale soddisfa un bisogno, ma è difficile pensare che  
possa avere un valore di scambio ]

**valore**

**David Ricardo**

*(Principi di economia politica, 1817)*

**FOCUS SUI RAPPORTI DI PRODUZIONE**

**valore - lavoro:** il valore di un bene dipende dalla quantità di lavoro (diretto e indiretto) necessaria per produrlo

[ il bene culturale è senza dubbio derivato da una quantità di lavoro ]

valore

**John Ruskin\***

*(Economia politica dell'arte, 1857)*

**FOCUS SU QUALITÀ VITA**

valore di un bene: **miglioramento della vita**  
delle persone che lo hanno creato e che lo  
usano

[ il bene culturale può migliorare la qualità della vita ]

\* Ruskin è stato il primo economista a svolgere un'indagine ad ampio respiro sullo sviluppo delle attività artistiche , cercando di rivalutarle in termini produttivi rispetto allo sviluppo tecnico e scientifico

**valore**

**Karl Marx**

*(Il capitale, 1867)*

**FOCUS SUL MERCATO**

solo gli oggetti prodotti **in relazione al mercato**  
hanno un valore di scambio

[ il bene culturale non ha valore di scambio proprio perché non è  
prodotti in relazione al mercato ]

# valore

## Carl Menger

*(Principi di economia, 1871)*

### FOCUS SUL CONSUMATORE

inverte la teoria valore-lavoro: è **il valore del bene che definisce il valore dei fattori produttivi**, tra cui il lavoro – e il valore di un bene è definito sulla base dell'importanza che il **consumatore** vi attribuisce (> marginalismo)

# valore

il **marginalismo** è stato molto **criticato**: esso suppone che il consumatore possa formulare preferenze esclusivamente in base ai bisogni individuali, senza farsi influenzare dall'ambiente istituzionale

**ma** il valore è un fenomeno socialmente costruito e la sua determinazione (così come quella dei prezzi) non può restare isolata dal contesto sociale di riferimento

# valore

economisti rappresentanti della scuola  
“istituzionalista”\* hanno sostenuto la necessità di  
una **teoria sociale del valore**, cioè una teoria che  
prenda le mosse dall’analisi delle relazioni interne  
a concreti ambiti sociali

\* fondata da Thorstein Veblen alla fine dell’800, è una scuola economica americana che si è soprattutto concentrata sui rapporti di potere analizzando i collegamenti tra ambiente sociale e teoria economica

# valore

un ulteriore aspetto di qualsiasi teoria del valore è legato alla dicotomia tra **assolutismo e relativismo**

in ambito culturale il valore può essere **definito una volta per tutte o muta nel tempo?**

il dibattito su cultura alta /bassa dovrebbe già avere fornito una risposta...

# diversi tipi di valore

## **valore d'uso**

=

utilità che l'individuo trae dal consumo del bene

## **valore di scambio**

=

valore di mercato del bene

## **valore simbolico**

=

valore affettivo

## **valore segnico**

=

valore comunicativo / relazionale

# valore

ricordiamo in ogni caso che **non esiste una perfetta corrispondenza tra valore culturale ed economico**, e in particolare non è facile stabilire un valore passando per la disponibilità a pagare dei singoli individui, perché:

- le persone possono non conoscere sufficientemente il bene (carenza di informazioni)
- alcune caratteristiche del bene potrebbero non essere definibili in termini di preferenza (es: confronto fra due quadri)
- alcune caratteristiche del bene non sono assolutamente misurabili in una scala traducibile in termini monetari (il caso dei beni culturali è eclatante!)
- l'individuo può a volte godere i vantaggi di un bene solo perché parte di un gruppo (idem)

# **specificità economiche dei beni culturali**

## problematicità economiche

l'economia fatica a comprendere il mondo dell'arte e della cultura perché questo **sembra contraddire le nozioni base dell'economia classica**

alcune **caratteristiche** dei prodotti dell'arte e della cultura sembrano escludere la possibilità di un'applicazione a essi di categorie economiche

## problematicità economiche

i beni culturali sono difficili da analizzare con strumenti economici perché:

**irripetibili** = irriproducibili e originali

questo li differenzia sia da generici prodotti manifatturieri (es: abbigliamento, mobilio, automezzi), sia da prodotti che sono culturali ma riproducibili (es: libri, dischi, fotografie)

irriproducibilità e originalità sono strettamente connesse, in un nesso reciprocamente causale: l'irriproducibilità sancisce l'unicità e quindi l'originalità; l'originalità provata scoraggia (e bandisce) la riproducibilità

## problematicità economiche

i beni culturali sono difficili da analizzare con strumenti economici perché:

### **materiali, ma anche immateriali**

come da art. 148 D.Lgs. 112/98, i beni culturali comprendono quelli artistici, monumentali, archeologici ma anche demoetnoantropologici, che possono non essere materiali (dialetti, tradizioni, feste, rituali, etc.)

importante è notare che economicamente e giuridicamente i beni immateriali non esistono in natura ma sono stati “creati” attraverso il riconoscimento di status dell’autorità che lo ha ritenuti meritevoli di tutela

# problematicità economiche

i beni culturali sono difficili da analizzare con strumenti economici perché:

**illimitati** = insieme non chiuso

questo li differenzia da beni limitati – primari, derivati dal lavoro dell'uomo e necessari alla sopravvivenza – quali il cibo procacciato o le risorse energetiche basilari

in questo senso i beni culturali sono più simili a beni liberi e virtualmente illimitati come l'aria o all'acqua (anche se non ne condividono il carattere di essenzialità per l'uomo: in fondo i beni culturali non sono indispensabili)

# problematicità economiche

i beni culturali sono difficili da analizzare con strumenti economici perché:

**infungibili = non sostituibili**

questa categoria è in diretta relazione con l'irripetibilità e l'originalità dei beni culturali: in quanto dotati di precise caratteristiche qualitative e quantitative, non possono essere sostituiti da beni considerati uguali (questo vale viceversa per beni fungibili (es: un kg di zucchero))

# problematicità economiche

i beni culturali sono difficili da analizzare con strumenti economici perché:

## **indivisibili = non separabili**

questo significa che, a differenza dei beni divisibili (es: una torta), non possono essere separati in più parti senza perdere la loro utilità (lo stesso vale per un'automobile o un orologio)

significa però anche che più persone possono avere accesso alla totalità di un bene culturale, salvo casi di affollamento / saturazione (in diretta relazione alla dimensione fisica del bene)

## problematicità economiche

i beni culturali sono difficili da analizzare con strumenti economici perché:

**compositi** = risultanti dalla fusione di più elementi

pur essendo indivisibili, i beni culturali sono (quasi) sempre compositi, in opposizione a quelli detti semplici, cioè composti da un solo elemento (es: un foglio di carta, uno stecchino)

legati a questo tema sono i concetti di universalità di fatto (insieme di cose aventi le stesse caratteristiche, es: biblioteca) e di diritto (beni costituiti da più cose eterogenee, ma considerate unitariamente dalla Legge, es: collezione di un museo)

# problematicità economiche

i beni culturali sono difficili da analizzare con strumenti economici perché:

**inconsumabili** = non perdono utilità con l'uso  
possono essere usati ripetutamente, senza perdere l'utilità che sono in grado di fornire (es: vestito, sedia, a un'automobile)

la caratteristica di inconsumabilità è importante per quel che riguarda la fruizione dei beni culturali, indipendentemente dalla loro proprietà: anche un bene privato non viene “consumato” dal suo proprietario e può quindi essere messo a disposizione della fruizione della comunità

[evidentemente, il tema della deperibilità materiali causata dal tempo (e arginata da conservazione e restauro) esula dal concetto economico di consumabilità]

## problematicità economiche

i beni culturali sono difficili da analizzare con strumenti economici perché:

**il costo marginale di un visitatore aggiuntivo è nullo**

questo significa che ogni ulteriore visita a un bene (proprio perché non lo consuma), non implica un costo di investimento maggiore

se è possibile una politica di esclusione attraverso il prezzo (es: biglietto ingresso), questa è attuata in modo forfettario, senza analisi della relazione / proporzione numerica di domanda e offerta

## problematicità economiche

i beni culturali sono difficili da analizzare con strumenti economici perché:

sono al tempo stesso beni di **consumo** (utilità corrente) e beni di **investimento** (utilità futura)

si è già osservato questo aspetto, in relazione all'esperienza individuale fra passato-presente-futuro

il consumo è legato al godimento culturale; l'investimento a una acculturazione sul lungo periodo

## problematicità economiche

i beni culturali sono difficili da analizzare con strumenti economici perché:

### **di collocazione non univoca**

i beni culturali possono essere dislocati sia sul territorio (monumenti, edifici, etc.) che in luoghi preposti (collezioni, gallerie, musei, biblioteche)

il caso dei beni immateriali, evidentemente, pone problematiche non indifferenti alla collocazione (che risulta in questi casi per lo più attribuibile a un ambito regionale)

# beni pubblici - privati

il tema pubblico / privato si declina in due direzioni in  
verità distinte:

## TIPOLOGIA ECONOMICA (uso)

**beni pubblici** (uso non escludibile né rivale)

o

**beni privati** (uso escludibile e rivale)

## PROPRIETÀ

**pubblica**

o

**privata**

# beni pubblici - privati

quanto alla tipologia economica, i beni **privati** mostrano **escludibilità** (il possessore esclude dal consumo i soggetti che non corrispondono un prezzo) e **rivalità** (il consumo di un agente riduce la disponibilità di un bene per altri, fatta salva l'indivisibilità)

viceversa, i beni non rivali e non escludibili sono detti **pubblici**

è possibile individuare beni pubblici **puri**, **spuri** (con un certo grado di escludibilità) e **misti** (con un certo grado di rivalità - vedi fenomeni di affollamento)

# beni pubblici - privati

## ESEMPI DI TIPOLOGIA ECONOMICA

bene **privato** = raccolta privata a pagamento

bene **pubblico puro** = una grande piazza

bene **spurio** = museo a pagamento

bene **misto** = una piccola chiesa

# beni pubblici - privati

nel caso dei **beni pubblici**, tutti i soggetti possono potenzialmente e “a priori” **consumare la medesima quantità di bene** – non così per quelli privati (perché soggetti a un prezzo di ingresso)

per i **beni privati** produzione e scambio sono **regolati dal mercato** – il prezzo determina le scelte di produzione e scambio (vedi lezioni su domanda / offerta e marketing)

per i **beni pubblici** si dice che **non esiste mercato** (in mancanza di una regolazione basata sul prezzo)

# beni pubblici - privati

se per i beni **pubblici non esiste mercato**, come  
regolarne la fruizione e la conservazione?

il consumatore *potrebbe* pagare un prezzo  
proporzionato alla sua soddisfazione (calcolato  
quindi sulla sua DAP)

## beni pubblici - privati

in realtà prevale il comportamento del  
cosiddetto soggetto **free rider**

il “free riding” è il comportamento di chi sale  
sull’autobus senza biglietto...

questo comportamento si verifica quando i  
singoli individui sono tentati di **nascondere le  
proprie preferenze** ed evitare di pagare il prezzo  
di un bene, scaricandolo su qualcun altro

## beni pubblici - privati

poiché nel caso dei beni culturali (come in genere accade per altri beni pubblici) **non c'è rivalità né escludibilità**, l'agente consuma il bene senza contribuire economicamente

come conseguenza non scontata, **l'offerta è sottodimensionata** (a causa della scarsità di entrate)

NB: solo lo Stato, tramite imposizioni fiscali ai cittadini (leggi: tassazione del bene tramite prezzo del biglietto), potrebbe scoraggiare i free rider

# beni pubblici - privati

## UN CASO DI STUDIO: IL MODELLO ANGLOSASSONE DEI MUSEI A OFFERTA LIBERA

il modello anglosassone dell'ingresso libero con offerta gratuita (operato nella maggior parte dei musei statali in Inghilterra, fra cui anche la **National Gallery di Londra**) si rivela un modo sensato per cercare di contrastare il fenomeno dei free rider, mettendo il consumatore del bene di fronte a una immediata riflessione sulla natura del bene e sul valore da attribuire alla visita

# beni pubblici - privati

passando al tema proprietà, i beni culturali di **proprietà privata** sono comunque sottoposti a **limitazioni del diritto di proprietà** (perché comunque appartenenti al patrimonio culturale dello Stato) - in particolare esistono due limitazioni:

- proprietà con **uso limitato**: sono **proibiti** alcuni usi del bene culturale (modificazione, demolizione, rimozione)
- proprietà a **uso richiesto**: sono **imposti** alcuni usi tali da preservare l'integrità del bene (in particolare norme di conservazione)

# beni pubblici - privati

il problema economico principale dei beni di proprietà pubblica è legato alla **relazione con i cittadini**

benché siano di proprietà pubblica, **è sempre il privato (il cittadino) che ne sostiene i costi** di tutela, conservazione, promozione, gestione – sia **indirettamente** (fiscalità ordinaria) che **direttamente** (prezzi e tariffe legate al consumo del bene)

[ c'è sempre il rischio di comportamenti da free rider, soprattutto quando il consumatore pensa già di pagare un bene attraverso le tasse che paga allo Stato e si rifiuta di pagare anche un biglietto ]

# esternalità

le limitazioni imposte dallo Stato ai beni culturali di proprietà privata trovano ragione economica nelle potenziali esternalità che essi possono generare per la collettività

## ESTERNALITÀ

=

effetti, positivi o negativi, presenti se il **prodotto netto sociale** di un bene risulta maggiore, pari o minore di quello privato

# esternalità

quanto alla **tipologia**, esistono:

- **esternalità di consumo** (il consumo del bene da parte di un individuo influenza, nel bene o nel male, il livello di utilità di un altro individuo)
- **esternalità di produzione** (l'attività di produzione di un'impresa può danneggiare o avvantaggiare la produzione di un'altra)
  - **esternalità di rete** (il valore di un bene per un individuo aumenta o diminuisce all'aumentare delle persone che fruiscono dello stesso bene)

# esternalità

quanto ai **valori**, le esternalità possono essere caratterizzate da un beneficio:

- di **esistenza** = legato all'esistenza del bene, anche se non fruito direttamente
- di **opzione** = godimento futuro del bene (anche se attualmente non sfruttato)
- di **eredità** = possibilità di lasciare il bene in eredità a generazioni future
- di **prestigio** = il bene è parte costitutiva dell'identità sociale (anche per chi non intenda fruirne)
- **creativo** = il bene è parte costitutiva dei valori creativi ed estetici che influenzano ogni individuo

# esternalità

in tema di esternalità, è importante – anche se non facile – valutare l'**impatto economico a lungo termine** di un bene culturale

va premesso che un ente culturale resta sul mercato fintanto che gli incassi totali superano i costi di produzione, situazione che si verifica di rado (e che giustifica i **finanziamenti**)

se abbandonati a loro stessi, raramente musei e biblioteche sopravvivrebbero, trasformandosi in “distruttori” piuttosto che produttori di ricchezza

in ogni caso, un ente culturale può produrre impatti economici diretti, indiretti, indotti

# esternalità

## IMPATTO ECONOMICO DIRETTO

=

è misurato sui **ricavi** (biglietti, sponsorizzazioni, prodotti accessori) al netto dei costi di produzione

questo impatto, soprattutto grazie alle sponsorizzazioni, bilancia il conto economico spesso negativo dei musei; l'impatto è invece di norma negativo per le biblioteche (che non hanno ricavi)

# esternalità

## IMPATTO ECONOMICO INDIRETTO

=

riguarda il ricavo netto derivante da **attività non direttamente legate all'ente** (ristorazione, pernottamento, etc.)

[ anche un ente con un impatto diretto negativo può comunque produrre un impatto indiretto positivo per il territorio]

# esternalità

## EFFETTI INDOTTI

=

derivano dalla **spesa generata dai redditi prodotti da impatti diretti e indiretti**

*in conclusione:* bisogna distinguere tra imprese il cui impatto economico **complessivo** a livello di sistema economico è negativo o positivo – la giustificazione per il mantenimento di musei e biblioteche deve andare oltre il puro calcolo economico

# **il caso di un museo d'arte: i suoi valori**

# valore economico

il valore economico di un museo deriva sia **dal valore patrimoniale dell'edificio** (compresi tutti i beni che contiene), sia dai servizi che fornisce

i **servizi** possono essere suddivisi in:

- beni privati (consumo individui)
- beni pubblici (benefici collettivi)
- esternalità (effetti collaterali)

# valore economico

## BENI PRIVATI

**il valore diretto delle esperienze di consumo** dei visitatori può essere misurato sul ricavo totale degli ingressi insieme al surplus goduto dai visitatori (unica misura in caso di museo a ingresso gratuito), cui andrebbero aggiunti anche eventuali acquisti al negozio del museo

a questa lista potrebbero aggiungersi i benefici per i singoli di eventuali attività didattiche, gli effetti dei servizi di cura e conservazione, soprattutto per professionisti del settore

# valore economico

## BENI PUBBLICI

il valore più evidente è quello derivante alla **comunità** (che può oscillare tra il locale e l'internazionale) dalla presenza del museo

questo tema è particolarmente importante in relazione ai **valori** artistici, storici, civili veicolati da un bene culturale

da non scordare è il grande valore pubblico prodotto da un museo che si occupi di **ricerca**

# valore economico

## ESTERNALITÀ

un museo può generare **occupazione e reddito** nella sua area urbana di riferimento, oltre a elevare in quest'ultima il valore della **rendita edilizia**

tali effetti sono importanti per determinare la valutazione dell'economia locale – oltre a poter essere usati dai direttori di museo come strumento per la richiesta di aiuti finanziari sotto forma di finanziamenti pubblici

# valore culturale

il valore culturale di un museo deriva da:

**opere esposte:** il valore estetico, storico, simbolico di esse

**ambiente istituzionale:** il museo che opera come istituzione che crea un clima culturale, non soltanto attraverso l'esposizione delle opere, ma tramite servizi (soprattutto educativi) che stimolano la crescita del valore culturale per i cittadini e tutti i visitatori