



UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE
FACOLTÀ DI ECONOMIA “GIORGIO FUÀ”

Corso di Laurea triennale in Economia e Commercio

**LO SPETTACOLO DAL VIVO IN ITALIA:
IL CASO DEL TEATRO “LA NUOVA
FENICE” DI OSIMO**

**PERFORMING ARTS IN ITALY:
THE CASE OF “LA NUOVA FENICE”
THEATRE IN OSIMO**

Relatore:

Prof. Staffolani Stefano

Rapporto Finale di:

Peruzzini Benedetta

Anno Accademico 2025/2026

INDICE

INTRODUZIONE	1
1. FONDAMENTI DI ECONOMIA DELLA CULTURA	2
1.1 Definizione di bene culturale.....	2
1.2 L'industria della cultura: fallimenti di mercato ed esternalità positive.	4
1.3 L'intervento pubblico nel settore culturale	8
2. L'ORGANIZZAZIONE E LO STATO DEL SETTORE CULTURALE IN ITALIA	10
2.1 L'intervento pubblico nel settore culturale	10
2.2 I protagonisti della scena culturale: Il ruolo del Terzo Settore e delle organizzazioni no profit.....	13
2.2.1 A.M.A.T. – Associazione Marchigiana per le Attività Teatrali	16
2.3 Analisi della performance nazionale: domanda, offerta e valore aggiunto.	18
3. IL TEATRO “LA NUOVA FENICE” DI OSIMO, ANALISI DEL CASO STUDIO	28
3.1 Il ruolo del teatro nel territorio osimano	28
3.2 Analisi dell'offerta: i generi teatrali e la programmazione artistica	28
3.2.1 Gli enti istituzionali e Regionali: la stabilità della Prosa e della Lirica e sinfonica	31
3.2.2 Enti del Terzo Settore con finalità artistiche: Danza e Musica Classica	33
3.2.3 Enti del Terzo Settore con finalità solidaristiche e di impegno civile	33
3.2.4 Valutazioni sul mix di collaborazioni messo in atto	34
3.3 Analisi della domanda: la risposta del pubblico per ente organizzatore	34
3.4 La gestione del teatro in termini economici	38
CONCLUSIONI	41
BIBLIOGRAFIA e SITOGRAFIA	43

INTRODUZIONE

Il settore culturale rappresenta oggi un ambito di studio complesso e affascinante.

Il binomio cultura ed economia è stato spesso percepito come ambiguo, se non antitetico: la natura spirituale e sociale delle istituzioni culturali appariva difficilmente conciliabile con le rigide logiche del mercato.

Tuttavia, a partire dal secolo scorso, questa prospettiva è mutata radicalmente. Al valore artistico e sociale della cultura è stato finalmente affiancato un importante ruolo economico, rendendo il settore un terreno d'indagine cruciale per comprendere le dinamiche dello sviluppo contemporaneo.

Il presente elaborato si propone di analizzare le dinamiche economiche del settore culturale, partendo da un inquadramento generale per giungere all'analisi del caso specifico del teatro "La Nuova Fenice" di Osimo. La trattazione si articola in tre capitoli. Nel primo capitolo vengono presentati i fondamenti teorici dell'Economia della Cultura, definendo le tipologie di beni che la compongono e le loro peculiarità distintive.

Nel secondo capitolo vengono esaminate le principali caratteristiche strutturali del sistema culturale in Italia. Verranno prima illustrate le modalità di sostegno pubblico alla cultura, successivamente si porrà l'attenzione sulle organizzazioni che ne favoriscono la promozione e la diffusione ed infine il focus verrà spostato sull'analisi della domanda e dell'offerta in Italia.

Si entra nel vivo del tema nel capitolo tre dove le linee teoriche, illustrate precedentemente, si rielaborano in chiave molto più concreta e prendono forma nel teatro "La Nuova Fenice" di Osimo.

L'obiettivo finale è illustrare come le istituzioni culturali riescono a sopravvivere in un contesto sociale veloce e dinamico sempre incline al cambiamento.

1. FONDAMENTI DI ECONOMIA DELLA CULTURA

1.1 Definizione di bene culturale

L'accostamento dei termini cultura ed economia evoca spesso mondi distanti: l'uno proiettato verso la spiritualità e l'intelletto, l'altro ancorato alla materialità e all'uso razionale delle risorse.

Perlomeno queste sono le basi che troviamo nell'Enciclopedia Treccani.

Per superare questo muro è stato necessario un nuovo modo di pensare che permettesse di vedere la cultura anche come un vero e proprio settore del mercato.

Un momento cruciale risale al 1966 con la pubblicazione di *Performing Art: The Economic Dilemma* di Baumol e Bowen. Da questo momento la cultura cessa di essere considerata un mero ornamento estetico per essere analizzata come un settore economico a pieno titolo, dando vita a partire dagli anni '70 del secolo scorso alla disciplina di Economia della Cultura.

Questa branca dell'economia è unica nel suo genere perché i beni ad oggetti non solo hanno un valore economico, ma ancora più rilevante è il loro valore culturale, ovvero l'insieme dei valori e dei significati che incorporano. Si contraddistinguono per il loro contributo all'evoluzione della civiltà data la loro valenza storica e sociale.

La natura "ibrida" dei beni culturali rende difficile applicare i criteri di razionalità e oggettività richiesti dall'analisi economica.

L'evoluzione normativa italiana ha mosso i suoi primi passi attraverso la Commissione Franceschini che definì il bene culturale come una "testimonianza avente valore di civiltà"¹ superando così il mero fattore estetico ed elitario dei beni oggetto di tutela e dando maggiore importanza a tutto ciò che preserva un significato per la civiltà.

Tale concetto è stato poi perfezionato dal Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio, in particolare l'articolo 2 comma 2 dispone che i beni culturali sono: "le cose immobili e mobili che presentano interesse artistico, storico, archeologico, etnoantropologico,

¹ Marzocca R., La nozione di bene culturale dalla commissione Franceschini al nuovo Codice, in «Altalex. Quotidiano di informazione giuridica», articolo pubblicato il 04/01/2007

archivistico e bibliografico e le altre cose individuate dalla legge o in base alla legge quali testimonianze aventi valore di civiltà.²⁹

Da tale definizione è possibile rintracciare un'altra classificazione in base al carattere della tangibilità del bene.

I beni tangibili sono caratterizzati dalla loro dimensione materiale e da qui ne discende un duplice valore: un valore culturale inteso come l'insieme dei significati storici, estetici e sociali e un valore economico complesso, il quale si determina non solo in base al valore intrinseco del bene ma anche a seconda della capacità di creare esternalità positive.

I beni intangibili, invece, sono espressioni dell'identità culturale collettiva che si manifesta sottoforma di idee, convinzioni e valori. Essi non possono essere considerati veri e propri beni ma dal punto di vista economico generano esternalità positive, ovvero flussi di servizi.

Il concetto di bene immateriale si è evoluto nel tempo, la dottrina tradizionale lo identificava come l'emblema del valore culturale racchiuso all'interno di un supporto materiale. Si è successivamente riconosciuto che l'identità culturale collettiva va ben oltre la materia.

A livello internazionale, interviene l'UNESCO con la Convenzione riguardante la protezione del patrimonio culturale e naturale (Parigi, 1972) e la Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale (2003).

In primo luogo la priorità viene proiettata sul patrimonio culturale materiale, che non è più riguardo di ogni nazione proteggerlo e conservarlo, ma un tesoro considerato insostituibile e inestimabile per la comunità mondiale.

Nel 2003 si fa un passo avanti e viene riconosciuta l'importanza del patrimonio culturale immateriale che trascende dal "contenitore" materiale, che si compone di: tradizioni ed espressioni orali, consuetudini sociali, saperi e pratiche legate alla natura, l'artigianato tradizionale e soprattutto le arti dello spettacolo³ (UNESCO, 2003).

In un'epoca segnata da processi di globalizzazione che rischiano di indurre una progressiva omologazione dei consumi e delle identità, l'obiettivo primario dell'intervento internazionale diventa la salvaguardia della diversità delle espressioni

² Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio; Art. 2, comma 2, D.Lgs. 42/2004.

³ UNESCO, *Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale*, Parigi, 17 ottobre 2003, art. 2, par. 2.

culturali. Tale principio trova la sua massima espressione nella Convenzione UNESCO del 2005 sulla *Protezione e Promozione della Diversità delle Espressioni Culturali*, la quale sancisce formalmente che i beni e i servizi culturali non possono essere considerati come semplici merci o beni di consumo. Anche nella Convenzione viene ribadita la duplice natura dei beni culturali

Per una realtà come lo spettacolo dal vivo e il teatro, questi particolari riconoscimenti rappresentano un pilastro fondamentale. Tali tutele garantiscono che forme d'arte come quelle citate sopra non siano sopraffatte dalle dinamiche puramente commerciali dell'industria dell'intrattenimento globale, giustificando politiche pubbliche di sostegno per la loro sopravvivenza.

1.2 L'industria della cultura: fallimenti di mercato ed esternalità positive.

Dalla definizione di bene culturale deriva il concetto di industria culturale.

I primi a coniare il termine sono stati gli studiosi della Scuola di Francoforte, T.W. Adorno e M. Horkheimer all'interno dell'opera "Dialectica dell'Illuminismo" nel 1947.

Tale accostamento mostra la mercificazione della cultura, ovvero si trasforma in merce di scambio in una logica capitalistica, vittima di processi di razionalizzazione e standardizzazione.

Nasce con un'accezione negativa perché ora soddisfare i bisogni delle masse diventa una priorità a scapito di quella nota di sacralità a cui veniva affiancata la cultura. Tale concetto viene maggiormente esposto da (Walter, 1966) in "L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica": *"Ciò che viene meno nell'epoca della riproducibilità tecnica dell'opera d'arte è la sua **aura**. [...] La tecnica della riproduzione sottrae il riprodotto all'ambito della tradizione. Moltiplicando la riproduzione, essa pone al posto di un evento unico una sua serie quantitativa ⁴."*

⁴ W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica. Arte e società di massa*, trad. it. di E. Filippini, Einaudi, Torino 1966, p. 23.

Il punto di partenza dell'analisi risiede nella definizione di creatività proposta dal Dipartimento della Cultura britannico nel 2001, che la definisce come “abilità e talento che hanno un potenziale per la creazione di lavoro e ricchezza attraverso la generazione e lo sfruttamento della proprietà intellettuale ⁵”.

Questa dinamica trova piena applicazione nel modello dei cerchi concentrici di Throsby⁶, ovvero un sistema nato per mappare le Industrie Culturali Creative. Si individuano 3 “cerchi”:

- Core Arts Field: in questa branca la creatività si esprime in tutta la sua purezza, lasciando uno spazio limitato alle dinamiche commerciali. Qui vengono collocate le arti visive, le *performing arts* e i beni culturali.

Le arti visive comprendono forme d'arte che si basano su percezioni visive, come la fotografia, la pittura, la scultura.

Le *performing arts*⁷ (Trimarchi, 1993), è la categoria in cui si colloca anche il teatro. Si fa riferimento alle “arti dal vivo”, la cui essenza si manifesta esclusivamente nell'atto della rappresentazione. Infatti se si considera il fenomeno teatrale, si ha l'unione della componente tangibile - lo spazio fisico, le scenografie, gli attori - con l'esperienza intangibile della messinscena. Ciò che rende irripetibile e unico tale evento è l'esperienza emozionale che si crea dall'interazione tra attore e pubblico.

Infine i beni culturali, intesi nella loro dimensione materiale, costituiscono il patrimonio storico e culturale della società, che comprende musei, archivi e biblioteche. Per il loro valore storico e per il significato che assumono agli occhi della società, meritano di essere valorizzati e conservati.

- Cultural Industries (Cerchio 1): si utilizza la materia prima, generata nel primo cerchio, per creare prodotti da destinare ad un pubblico più ampio. Ne fa parte la televisione, la radio, l'editoria e il cinema.
- Creative Industries and Activities (Cerchio 2): in questo caso la creatività funge da input per strumentale in settori come il design, architettura e la pubblicità. Il

⁵ Department for Culture, Media and Sport (DCMS), *Creative Industries Mapping Document*, London 2001, p.04

⁶ D. Throsby, *Economics and Culture*, Cambridge University Press, Cambridge 2001.

⁷ Trimarchi M., *Economia e cultura*, Franco Angeli, 1993, p.22

valore culturale non rappresenta più l'oggetto del bene stesso. Qui la dimensione economica sovrasta quella culturale.

- Related Industries (Cerchio 3): ovvero tutte quelle attività che fungono da supporto per la produzione e diffusione dei beni culturali. Un esempio ne sono la stampa, i software. Questa è una categoria impossibile da definire in modo preciso e circoscritto data la generalità del suo campo d'azione.

L'industria culturale è stata, negli anni, oggetto di analisi e studi sia a livello nazionale che internazionale proprio perché sempre maggiore è la rilevanza nell'economia, date le crescenti esternalità positive. Tuttavia, permangono delle criticità strutturali che rappresentano veri e propri fallimenti di mercato: a differenza dei mercati dei beni di consumo tradizionali, le istituzioni culturali sono incapaci di sopravvivere esclusivamente con mezzi finanziari propri.

L'inefficacia dei postulati dell'economia classica di equilibrio tra domanda e offerta, rende dunque indispensabile l'intervento pubblico, la cui causa principale risiede nel cosiddetto "morbo di Baumol", che verrà analizzato nel dettaglio nel prossimo paragrafo.

Uno degli argomenti più dibattuto dagli studiosi dell'analisi economica della cultura, è stato proprio l'individuazione dei benefici generati dalla produzione e diffusione dei beni e servizi culturali, tale da giustificare il finanziamento. I motivi che supportano l'intervento pubblico sono di carattere sociale ed economico.

Dal punto di vista sociale, i servizi culturali e artistici, possono essere definiti, secondo la teorizzazione di (Musgrave, 1959), come beni meritori⁸, ovvero beni e servizi la cui fruizione dalla collettività comporta uno sviluppo morale e sociale, dunque un accrescimento del benessere sociale. Proprio per questo sono considerati meritevoli di tutela e sostegno economico a tal punto che il decisore pubblico soddisfa i bisogni della collettività a prescindere dalla domanda.

Il benessere sociale è dato dalla funzione di questi beni ovvero quella formativa ed educativa che permettono lo sviluppo della capacità di valutazione e di giudizio critico, allargando l'orizzonte culturale. Il suo consumo genera benefici individuali ma soprattutto collettivi.

⁸ Musgrave, R. (1959) *The Theory of Public Finance*, McGraw-Hill, New York

I benefici generati dalla partecipazione ad attività culturali non si esauriscono nella dimensione economica ma si estendono alla condizione di salute fisica e mentale degli individui agendo come collante sociale: rafforza il senso di appartenenza consolidando il concetto di identità nazionale e di comunità.

La nostra analisi ha ad oggetto la filiera culturale e creativa che si mostra essere estremamente eterogenea, da ciò deriva che il suo sviluppo implica anche quello di tanti altri mercati ad essa correlati.

Uno dei settori che più beneficiano dalla produzione e diffusione dei servizi culturali e artistici è proprio quello turistico, soprattutto in quelle località dove è quasi esclusivo l'interesse dei turisti per le manifestazioni culturali e artistiche. Qui la filiera diventa spesso il motore di veri e propri piani di rigenerazione urbana. Oltre al turismo, l'impatto si estende anche ad altri comparti, come i trasporti e l'artigianato.

Secondo il report 2025 "Io sono Cultura" della (Fondazione Symbola U. , 2025), per ogni euro prodotto dal settore culturale, nel 2024, se ne generano altri 1,8 nel resto dell'economia. Questo processo trasforma il contributo della filiera culturale e creativa di 112,6 miliardi di euro in un impatto complessivo che si eleva a 302.9 miliardi di euro di valore aggiunto totale⁹, avente un peso del 15,5% sulla ricchezza del Paese¹⁰.

Si può affermare che il turismo è il primo beneficiario del finanziamento dei servizi culturali e artistici.

Infatti, dal report di (Federculture, 2025), emerge che "per il 56% dei turisti stranieri il motivo per cui visitano l'Italia è proprio la cultura. Per il 70,2% dei turisti italiani la cultura rappresenta almeno una delle motivazioni di viaggio."¹¹

Tuttavia, nonostante la capacità della filiera culturale di generare ricchezza, la natura intrinseca di questi beni impedisce al mercato di sostenerne autonomamente l'offerta. Risulta indispensabile analizzare le ragioni teoriche che giustificano l'intervento dello Stato.

⁹ Fondazione Symbola, Unioncamere, *Io sono Cultura 2025. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, Roma, 2025, p. 79

¹⁰ Fondazione Symbola, Unioncamere, "Io sono Cultura 2025", p.11

¹¹ Federculture, 21° rapporto annuale "Impresa e Cultura", p. 16

1.3 L'intervento pubblico nel settore culturale

Si rende necessario approfondire sul perché l'intervento dello Stato si rende necessario, tanto che la maggior parte dei beni culturali sono beni pubblici. Si contraddistinguono per la loro non rivalità (l'uso di un bene da un soggetto non esclude la possibilità di goderne da parte di un terzo) e la non escludibilità (impossibilità di estromettere i terzi).

Da qui deriva il fenomeno del free riding, ovvero gli individui non sono disposti a pagare per la fruizione di un bene o servizio disponibile a tutti.

Inevitabilmente se si considera la situazione da parte dei produttori, i privati non investono le loro risorse nella cultura se nessuno è disposto a pagare. Ciò genera una carenza di offerta in quanto il rischio non verrebbe compensato da ricavi certi.

Se analizziamo il fenomeno teatrale, le caratteristiche del bene pubblico appaiono limitate: la non rivalità si imbatte in problemi di capienza; mentre la non escludibilità viene meno data la presenza di un biglietto e quindi di un prezzo da pagare.

Il suo finanziamento principalmente pubblico, trova giustificazione nella sua natura di bene meritorio.

In definitiva, l'intervento pubblico si muove su un doppio binario, da un lato agisce per tutelare la cultura in quanto bene pubblico; dall'altro sostiene le attività artistiche (compresa la produzione teatrale) in quanto beni meritori. In questo caso lo Stato non interviene tanto per rimediare ad un'incapacità, ma piuttosto per una scelta di valore e il riconoscimento delle esternalità positive generate da essi.

Accertata la natura di bene pubblico e bene meritorio della cultura e quindi le cause che giustificano l'intervento pubblico, è necessario porre maggiore attenzione sui motivi che rendono il mercato strutturalmente incapace di sopravvivere autonomamente.

I primi studi a riguardo sono quelli effettuati da (Baumol e Bowen, 1966), nella loro opera più celebre "Performing Arts: The Economic Dilemma"¹² in cui vengono evidenziate le difficoltà finanziarie nelle quali si imbattono le istituzioni culturali.

Dagli studi emerge la distinzione tra settore progressivo e stagnante basata sulla possibilità di incorporare il progresso tecnologico. Le istituzioni culturali rientrano

¹² Baumol e Bowen, "Performing Arts: The Economic Dilemma", Twentieth Century Fund, New York, 1966.

generalmente nel comparto stagnante a causa dell'insostituibilità del fattore lavoro con il capitale (progresso tecnologico).

Mentre nel settore progressivo, l'innovazione permette aumenti di produttività che giustificano un aumento dei salari, nel settore stagnante le retribuzioni tendono ad adeguarsi ai livelli di mercato senza che vi sia un corrispondente aumento di efficienza produttiva.

Ciò genera costi unitari crescenti che, ripercuotendosi inevitabilmente sui prezzi, rischiano di contrarre la domanda. In assenza di un finanziatore esterno disposto a farsi carico di questo deficit, il destino del settore sarebbe l'estinzione.

Questa analisi è particolarmente incentrata sulle performing arts in quanto non è possibile sostituire il lavoro, il fenomeno interessa, seppure in misura minore, anche le visual arts dove tuttavia il progresso si fa spazio con la creazione di nuove espressioni e forme d'arte. In definitiva, l'intervento pubblico si configura come l'unico strumento idoneo per "curare" questa malattia. L'operato dello Stato non si limita ad un semplice sostegno finanziario, ma ad una scelta di valore.

Accertate queste premesse teoriche sulla natura dei beni e sulla ragione dei fallimenti di mercato, nel capitolo successivo verrà analizzato come tale supporto si concretizza nel contesto italiano.

2. L'ORGANIZZAZIONE E LO STATO DEL SETTORE CULTURALE IN ITALIA

2.1 L'intervento pubblico nel settore culturale

Il settore culturale ha attraversato fasi di profonda trasformazione che hanno ridisegnato le modalità e l'entità del sostegno pubblico e privato. In questo capitolo si intende affrontare nel dettaglio le modalità di finanziamento di questo settore e i principali protagonisti.

Uno dei principali attori è proprio lo Stato. L'intervento dello Stato, da un punto di vista giuridico, trova le sue fondamenta nell'art. 9 della Costituzione, citando: "La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica."¹³

Lo stato opera attraverso il Ministero della Cultura, il quale si muove sulle linee strategiche del Piano Nazionale per l'Educazione al Patrimonio¹⁴ predisposto dalla (Direzione Generale Educazione, Ricerca e Istituti, 2021).

Si configura come un documento strategico che promuove la conoscenza del patrimonio culturale come strumento di crescita della civiltà, in particolare ne definisce le linee guida, le azioni e gli obiettivi. Questo si concretizza tramite reti, convenzioni, intese e partenariati a partire dal livello locale fino ad arrivare a quello internazionale.

Altro importantissimo strumento è il Fondo Nazionale per lo Spettacolo dal Vivo, così ridenominato dal comma 631 dell'art. 1 della legge di bilancio per il 2023, che "sostiene attività di produzione e programmazione negli ambiti della Musica, del Teatro, della Danza e del Circo e Spettacolo Viaggiante."¹⁵ (FNSV, s.d.).

Fu introdotto nel 1985 per far fronte all'esigenza di centralizzare tutte le attività svolte a sostegno del settore culturale e quindi garantire una maggiore stabilità finanziaria.

Si occupa di erogare contributi alle istituzioni che operano nel settore dello spettacolo dal vivo dietro la prova che venga svolta l'attività in modo professionale.

Tale fondo nel momento della scelta dei progetti meritevoli di finanziamento verificano che questi siano in linea con gli obiettivi del fondo stesso.

¹³ Art. 9, Costituzione della Repubblica Italiana.

¹⁴ Ministero della Cultura, *Piano Nazionale per l'Educazione al Patrimonio Culturale 2021*, Direzione generale Educazione, ricerca e istituti culturali.

¹⁵ Ministero della Cultura – Direzione Generale Spettacolo, *Contributi FNSV – Fondo Nazionale per lo Spettacolo dal Vivo*, Tratto da: <https://spettacolo.cultura.gov.it/contributi-fnsv-fondo-nazionale-per-lo-spettacolo-dal-vivo/>

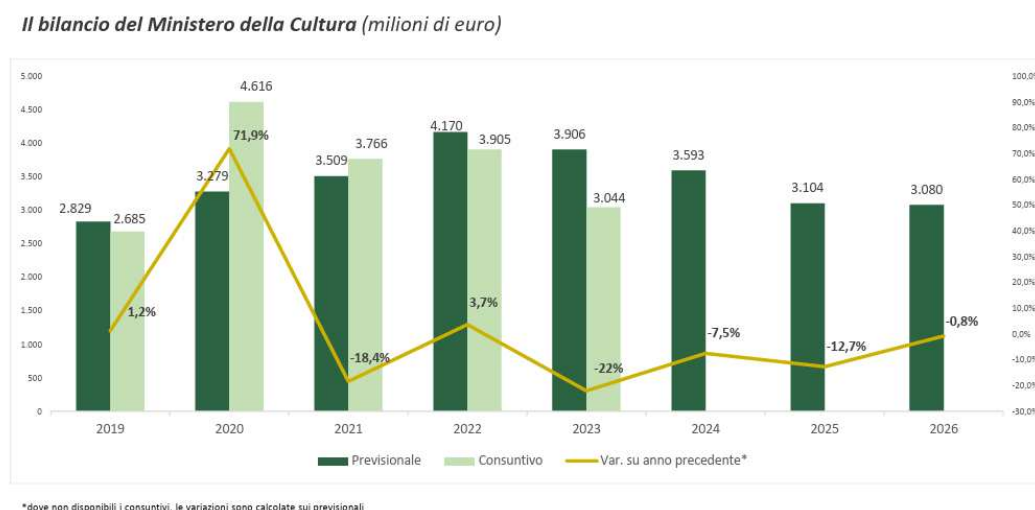
L'intento dell'intervento è garantire un'ampia partecipazione al mondo dello spettacolo dal vivo, eliminando o diminuendo le barriere presenti, che siano per caratteri territoriali, generazionali o economici fino ad arrivare "alla crescita di un'offerta e di una domanda qualificate, ampie e differenziate"¹⁶. (MIC, 2025).

Nell'anno 2025 le risorse messe a disposizione dal fondo ammontano a €446.345.881,00 e come mostrato dal decreto ministeriale n. 56 del 6 marzo 2025¹⁷, il 44,64% di queste sono destinate alle fondazioni lirico-sinfoniche, alle attività teatrali, invece, il 21,76%. (Ministero della Cultura, D.M. n. 56 del 6 marzo 2025 art.1). Vengono distribuite risorse anche tra attività musicali (20,06%), attività di danza (4.64%), attività circensi e spettacolo viaggiante (1,89%).

Successivamente, una volta definite le quote da attribuire ad ogni genere, il contributo da assegnare ad ogni singolo ente viene definito attraverso una valutazione della qualità artistica, qualità gestionale e qualità dei risultati numerici conseguiti (dimensione quantitativa).

Ponendo la nostra attenzione sulle attività teatrali, nel 2025 sono stanziati ben €97.113.607,78.

Fig.1 - Il finanziamento pubblico alla cultura.



Fonte: Federculture, 21° rapporto annuale "Impresa e cultura".

¹⁶ MIC- Il sostegno allo spettacolo dal vivo, 5 maggio 2025, p. 1

¹⁷ Ministero della Cultura, D.M. n.56 del 6 marzo 2025, art.1

Il grafico (Federculture, 2025)¹⁸ evidenzia l'evoluzione del bilancio del Ministero della Cultura dal 2019 al 2026. Dopo un marcato aumento nel 2020, legato al tentativo di sostenere il settore culturale durante la pandemia, si osserva una fase di riduzione e successiva stabilizzazione fino ad arrivare ad un andamento decrescente dal 2023 ad oggi. Ciò è legato, sostanzialmente, alla necessità di contenere la spesa pubblica e quindi dare priorità ad altri settori.

Per l'anno 2025, dal bilancio dello Stato emergono spese finali per circa €915.8¹⁹ miliardi di euro (MEF, s.d.), raggiungendo a malapena lo 0,34% del totale.

Tuttavia, questa percentuale non riflette l'investimento reale del Paese, in quanto si arricchisce anche del contributo degli enti territoriali. Dallo Stato si passa alle Regioni, che intervengono tramite sostegni volti alla valorizzazione dei beni culturali locali. Tuttavia, gli enti più vicini al territorio, quindi in grado di riconoscerne al meglio le particolarità, sono proprio i Comuni.

L'Italia è estremamente decentralizzata: come emerge dal rapporto (Ministero della Cultura, Minicifre per la cultura, 2024) a fronte di uno stanziamento del Ministero pari a 3.9 miliardi di euro nel 2022, la spesa pubblica culturale totale ha raggiunto gli 8.9 miliardi di euro, vale a dire lo 0.8% della spesa pubblica totale italiana²⁰.

Questa differenza evidenzia il ruolo cruciale svolto dagli enti locali, in particolare dei Comuni. Secondo i dati del report di (Federculture, 2025) la spesa per la valorizzazione dei beni culturali da parte dei Comuni, dal 2019 al 2023, è progressivamente aumentata. Infatti da 2.048 milioni di euro del 2019, la spesa ha raggiunto i 2.798 milioni di euro nel 2023, rilevando una crescita del 36,62%. Nel 2024 si è rilevata una lieve diminuzione, attestandosi attorno a 2.728 milioni di euro²¹.

Nonostante il ruolo strategico attribuito alla cultura in Italia, l'incidenza del comparto culturale sulla spesa complessiva rimane marginale. Se confrontato con la media europea dello 0,5%, si conferma la debolezza strutturale italiana negli investimenti diretti. Tale

¹⁸ Federculture, 21° rapporto annuale "Impresa e cultura", p. 3

¹⁹ MEF, "Bilancio semplificato dello Stato- anno 2025". Tratto da:

<https://www.rgs.mef.gov.it/VERSIONE->

[I/attivita_istituzionali/formazione_e_gestione_del_bilancio/bilancio_di_previsione/bilancio_semplicitato/](https://www.rgs.mef.gov.it/VERSIONE-I/attivita_istituzionali/formazione_e_gestione_del_bilancio/bilancio_di_previsione/bilancio_semplicitato/)

²⁰ Ministero della Cultura, "Minicifre della cultura 2024", Roma 2024, p. 198

²¹ Federculture, 21° rapporto annuale "Impresa e cultura".

scenario impone al settore la necessità di cercare mezzi di finanziamento alternativi, diventa fondamentale la capacità di attrarre capitali privati.

2.2 I protagonisti della scena culturale: Il ruolo del Terzo Settore e delle organizzazioni no-profit

Nel settore culturale, un ruolo fondamentale è ricoperto dalle organizzazioni del Terzo Settore, le cosiddette associazioni no-profit.

Questa forma organizzativa si contraddistingue per l'assenza dello scopo di lucro, la sua missione è la produzione di valore culturale e sociale.

Le risorse derivano principalmente da fondi pubblici, donazioni private, prezzi e tariffe pagate per i servizi erogati, il loro obiettivo non è massimizzare il profitto, bensì raggiungere la condizione di break-even nel breve o nel lungo periodo.

Secondo uno studio effettuato dall' (ISTAT, 2025), al 31 dicembre 2023, in Italia operavano 368.367 organizzazioni no-profit, di queste 56.889 si dedicavano ad attività culturali e artistiche (il 15,4%), registrando un aumento del 4,5% rispetto al 2022.²²

Le organizzazioni no-profit hanno un ruolo non indifferente anche dal punto di vista occupazionale, infatti nel 2023, i dipendenti ammontavano a 949.200, di cui 23.200 impegnati in attività culturali.

Le associazioni culturali sono normate dal Codice del Terzo Settore e godono di finanziamenti pubblici e sgravi fiscali.

L'attività svolta dalle no-profit è fondamentale perché proprio attraverso il loro operato si concretizzano gli obiettivi di valorizzazione del patrimonio culturale e la diffusione dell'arte e della cultura. Infatti si occupano principalmente di organizzazione di mostre, eventi teatrali, concerti, festival e molto altro.

Anche in questo ambito lo Stato riveste un ruolo molto importante, promuove numerose iniziative per attrarre capitali privati e spronare l'attività di queste organizzazioni.

Un esempio è quella promossa dalla (Direzione Generale Creatività Contemporanea, s.d.) che prende il nome di "Cultura Cresce" ovvero l'incentivo "per la selezione di progetti imprenditoriali in grado di contribuire al rafforzamento del sistema delle imprese culturali

²² ISTAT, "Struttura e profili del settore non-profit- anno 2023", del 10 ottobre 2025, p. 4

e creative nelle regioni della Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sardegna e Sicilia.²³”

Il bando “Cultura Cresce” è stato aperto proprio nel recente 10 dicembre 2025, si concentra solo su alcune Regioni, ovvero quelle più sottosviluppate ma con un elevato potenziale culturale inespresso. Per questo progetto sono stati stanziati €151.710.000,00. L’obiettivo è rafforzare le imprese creative e culturali esistenti, incoraggiarne la nascita di nuove e quindi creare nuova occupazione, sostenendo nuovi progetti ed iniziative nel settore.

Questo programma è il successore del precedente “Cultura Crea” per il quale erano stati mobilitati oltre 100 milioni di euro e l’intervento non prevedeva limiti territoriali.

Un’altra iniziativa statale degna di essere menzionata è il cosiddetto “Art Bonus”²⁴ ovvero un credito di imposta del 65% per le erogazioni liberali a sostegno della cultura e dello spettacolo. Rappresenta un tentativo di incentivare il fenomeno del mecenatismo e quindi spronare il settore privato.

Queste erogazioni sono poi utilizzate per conservare i beni culturali pubblici tra cui biblioteche, musei ed archivi inoltre, una parte di esse è destinata al sostegno di teatri e festival, potenziando così lo spettacolo dal vivo.

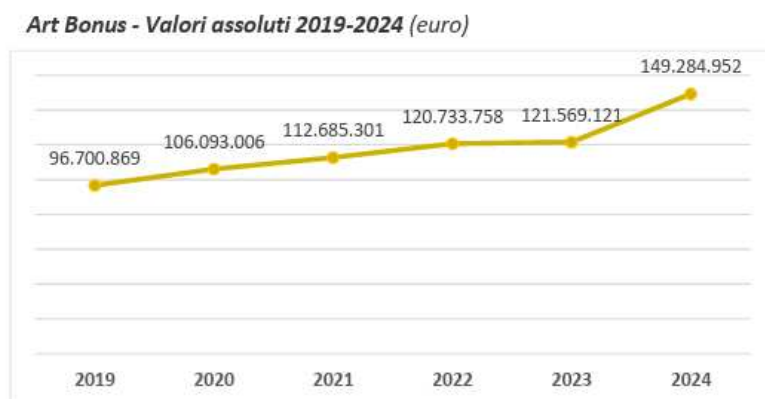
Con questo provvedimento lo Stato ha l’obiettivo di spronare il finanziamento “ibrido” per evitare l’eccessiva dipendenza dalle risorse pubbliche.

Dai dati del report di (Federculture, 2025) è possibile rintracciare il successo di questa strategia.

²³ Direzione Generale Creatività Contemporanea del Ministero della Cultura, “Cultura Cresce”. Tratto da: <https://creativitacontemporanea.cultura.gov.it/pncultura-culturacresce/>

²⁴ Ministero della Cultura, Art Bonus- credito d’imposta per favorire le erogazioni liberali a sostegno della cultura. Tratto da <https://sabapfoggia.cultura.gov.it/servizi/procedimenti/artbonus/>

Fig. 2 - “Le risorse private: Art Bonus”



Fonte: Federculture, 21° rapporto annuale “Impresa e cultura”.

La maggior parte delle erogazioni provengono da imprese (47%) e enti non commerciali (48%), le persone fisiche mantengono un ruolo solo marginale dando un contributo del 5%.

A livello regionale, la Lombardia si colloca al primo posto, ovvero è la regione che fino al 2025 ha accumulato il maggior numero di risorse attraverso questo strumento, che ammontano a €377.823.007. Le Marche si collocano al 11° posizione con un valore pari a €10.425.406²⁵.

Altri attori che partecipano alla costruzione dell’ecosistema culturale territoriale sono le Fondazioni di origine Bancaria, ovvero enti di natura privata che promuovono azioni di interesse generale tra cui il sostegno al settore artistico e culturale, valorizzando in particolar modo il territorio in cui operano.

Dal Report di (Federculture, 2025) emerge che nel 2023 le erogazioni delle Fondazioni di origine bancaria destinate alla cultura ammontavano a 251,3 milioni di euro, ovvero 25% delle erogazioni totali delle FOB italiane, rilevando, così, una crescita del 2% rispetto al 2022²⁶.

Le FOB intervengono mediante una pluralità di strumenti, influenzando in modo significativo lo sviluppo della filiera culturale. In particolare, nel settore dello spettacolo del vivo, le modalità d’azione si concretizzano attraverso la partecipazione al capitale delle imprese dello spettacolo, il sostegno istituzionale volto a consolidare le

²⁵ Federculture, 21° rapporto annuale “Impresa e cultura”, p.5

²⁶ Federculture, 21° rapporto annuale “Impresa e cultura”, p.6

organizzazioni culturali nonché l'erogazione di risorse tramite bandi. Il ruolo importante che ricoprono fa sì che tali fondazioni riescano modulare le scelte produttive ed artistiche degli operatori culturali, rimodellando di fatto lo stesso sistema culturale.

Pertanto, anche l'operato privato, in particolare quello delle organizzazioni e delle FOB hanno un ruolo di collante sociale, in quanto riescono ad intercettare i bisogni specifici delle comunità locali garantendo un livello di qualità che né lo Stato né le imprese potrebbero garantire, per i vincoli di mercato illustrati nel capitolo precedente.

2.2.1 A.M.A.T. – Associazione Marchigiana per le Attività Teatrali

Nel territorio marchigiano molto significativo è il contributo apportato dall'attività dell'AMAT - l'Associazione Marchigiana per le Attività Teatrali - che è nata con l'obiettivo di “collaborare allo sviluppo delle attività teatrali quale bene culturale di rilevante interesse sociale.²⁷”

L'A.M.A.T. nasce in un territorio particolarmente promettente in ambito di attività teatrale, in quanto la regione è conosciuta come “Regione dei Cento Teatri” proprio per l'alta densità di teatri storici diffusi nel territorio, a partire dalle città più grandi fino ai borghi più piccoli.

Il suo scopo principale è la promozione e la divulgazione della cultura dello spettacolo, mostrando un particolare interesse per l'inclusione sociale e soprattutto giovanile.

Inizialmente la sua attività era legata strettamente al teatro, per poi ampliarsi negli anni fino a ricoprire gli ambiti della danza, della musica e del circo contemporaneo.

L'A.M.A.T. è un'associazione che collabora con Comuni, Province ed altri enti pubblici e privati marchigiani che condividono il suo scopo. In particolare ad oggi conta 85 associati tra i quali 80 sono amministrazioni comunali, 2 conservatori musicali statali, l'Azienda Teatri di Civitanova, l'Azienda Speciale dei Servizi di Osimo (A.S.S.O.) e ovviamente la Regione Marche.

La sua attività si concretizza nella progettazione, realizzazione e gestione di stagioni e cartelloni teatrali. Il suo compito non si limita alla sola supervisione, ma si fa carico anche

²⁷ A.M.A.T., “Bilancio e Nota Integrativa 2024”, pag. 5

degli aspetti più pratici come la gestione dei sistemi di vendita dei biglietti, la promozione degli eventi ovvero la coordinazione della comunicazione.

L'AMAT assume, di conseguenza, un ruolo fondamentale per la determinazione e la gestione dell'offerta regionale, permettendo la proposta da parte dei Comuni di eventi unici ed originali che altrimenti non sarebbero in grado di realizzare autonomamente. Funge, quindi, da sostenitore dell'attività - in ambito culturale - dei vari Comuni ed altri enti per restituire vitalità a luoghi come il teatro, che altrimenti rischierebbero di scivolare nell'oblio.

A dimostrazione del successo di questa associazione ci sono gli 848 eventi realizzati, con il coinvolgimento di 70 Comuni e 267 compagnie, registrando un totale di 215.000 presenze.

Tra i principali eventi spicca quello ispirato a Moby Dick, una rappresentazione teatrale il cui palcoscenico è stato allestito su una vera e propria barca a vela ormeggiata a San Benedetto del Tronto. Ciò evidenzia l'originalità e il dinamismo che questa associazione propone, garantendo anche la valorizzazione e la riscoperta dei territori marchigiani.

Per quanto riguarda il coinvolgimento dei giovani, numerosi sono i progetti promossi con le scuole, come ad esempio "Scuole di Platea" dove i ragazzi non sono semplici spettatori ma si immergono a pieno nel vivo dello spettacolo attraverso lezioni ed incontri con la compagnia, assumendo, così, un ruolo attivo capace di incentivare maggiore interesse.

Il trend positivo di questa associazione, non si nasconde esclusivamente dietro la qualità degli eventi proposti ma è possibile rintracciarlo anche dai risultati economici conseguiti. Dal Bilancio 2024 risulta un utile pari a 58.104 euro, rappresentando il definitivo superamento di un periodo di crisi causato dalla pandemia, che non ha colpito solo l'A.M.A.T. ma l'intero mondo dello spettacolo.

La sua attività è principalmente sostenuta dagli enti partecipanti e dai finanziamenti erogati dal Ministero della Cultura, tramite erogazioni del FNSV e la fruizione dell'agevolazione dell'Art Bonus.

Per l'anno di competenza 2024, ha beneficiato di contributi del MIC pari a 894.596 euro²⁸. Più in generale, dal bilancio del 2024, i contributi in conto di esercizio rappresentano

²⁸ A.M.A.T., "Registro nazionale degli aiuti di Stato", consultazione anno 2024-2025

circa il 58% del valore della produzione complessiva (pari a €10.249.244) confermandosi come la risorsa finanziaria determinante per la sopravvivenza dell'ente.

In riferimento all'Art Bonus, sono state aperte numerose raccolte fondi, nel corso degli anni, per finanziare interventi di manutenzione e sostegno alle attività teatrali arrivando a reperire risorse per un ammontare pari a €395.249,61²⁹.

Nel panorama marchigiano, l'A.M.A.T. si configura come un organismo fondamentale per la sostenibilità del settore culturale. Infatti operando come Circuito Multidisciplinare trasforma la frammentazione di numerosi teatri storici in una rete coordinata agendo come intermediario tra la dimensione regionale, nazionale ed europea. Favorisce, infine, l'attuazione di economie di scala ovvero lo sviluppo delle più piccole realtà, come quella del Teatro di Osimo.

2.3 Analisi della performance nazionale: domanda, offerta e valore aggiunto.

Dopo aver analizzato le dinamiche di sussistenza del sistema culturale in Italia, si pone ora l'attenzione sull'andamento del settore in termini quantitativi.

Dal report "Io sono Cultura" redatto dalla (Fondazione Symbola) emerge che nel 2024 il valore generato dal Sistema Produttivo Culturale e Creativo in Italia ammonta a 112,6 miliardi di euro, rilevando un peso sull'economia totale del 5,7%³⁰. Si registra, perciò, un incremento del 2,1% rispetto al 2023.

Dal punto di vista occupazionale circa 1.529 mila di persone sono impiegate nel settore della cultura - tra imprese, Pubblica Amministrazione e organizzazioni no-profit - pari al 5.8% sul totale degli occupati.

La filiera culturale ha il potere di influenzare anche altri settori, come evidenziato dall'effetto del moltiplicatore illustrato nel Capitolo 1.

È doveroso soffermarsi sugli attori che animano questo mercato, analizzando la domanda e l'offerta in Italia.

²⁹ Art Bonus, "AMAT - Sostegno alle attività", in <https://artbonus.gov.it/1530-amat-sostegno-alle-attivit%C3%A0.html>

³⁰ Fondazione Symbola, Unioncamere, "Io sono Cultura 2025", p.10

Nello specifico verrà presentata una panoramica generale dello spettacolo dal vivo in Italia nel 2024, utilizzando i dati forniti dal rapporto SIAE; l'analisi si focalizzerà poi sul comparto teatrale, utile per approfondire il caso studio del Teatro di Osimo.

In Italia, il comparto dello spettacolo dal vivo sta affrontando una fase di crescita e consolidamento sorprendente, nonostante la concorrenza delle più disparate piattaforme streaming, sempre più italiani ricercano l'esperienza dal vivo.

Questo trend positivo viene confermato nel rapporto (SIAE, 2024), dove non solo si registra una piena ripresa del settore ma addirittura un miglioramento rispetto al periodo pre-pandemico.

In particolare questo studio nel macroaggregato dello spettacolo dal vivo prende in considerazione 3 elementi: lo spettacolo (cinema, teatro e concerti), l'intrattenimento (come discoteche e fiere) e lo sport. Tali ambiti rappresentano vere e proprie “fabbriche” di emozioni ed esperienze, ovvero occasioni di aggregazione e scambio sociale che va oltre la semplice fruizione di un servizio. È proprio questo che lo rende insostituibile dal digitale.

Nel 2024 sono stati realizzati ben 3.37 milioni di spettacoli, con la partecipazione di 253.5 milioni di spettatori e una spesa del pubblico superiore ai 4 miliardi di euro³¹. Si evidenzia un'offerta molto variegata ed eterogenea capace di soddisfare i più disparati gusti, andando così a causare una dispersione del pubblico tra i vari generi e quindi una diminuzione dell'affluenza media per spettacolo.

Dal report è evidente la prevalenza della produzione cinematografica, pari all'81% della produzione totale, invece il settore teatrale si attesta intorno ad una quota pari al 5%.

È interessante chiedersi il perché di tale divario, ebbene la risposta si trova proprio andando ad analizzare il tipo di prodotto che viene offerto. Il cinema offre un prodotto industriale e riproducibile, si ha una vera e propria distribuzione di massa grazie alla possibilità di poter riprodurre una singola pellicola contemporaneamente in più sale senza importanti costi aggiuntivi. Il teatro, al contrario, offre un prodotto maggiormente esclusivo e con alta intensità di lavoro, infatti il fattore umano è insostituibile, quindi ogni replica di uno spettacolo genera costi di produzione costanti e non eliminabili. La natura “artigianale” fa sì che non si possa beneficiare di economie di scala.

³¹ SIAE, “Rapporto SIAE 2024- tutti i numeri dello spettacolo in Italia”, 89° ed., pag.16

Tuttavia, per quanto riguarda il teatro, i risultati si mostrano essere molto incoraggianti: è proprio il teatro a registrare l'incremento di pubblico (+7,2% rispetto il 2023) più elevato arrivando ad attrarre l'11% degli spettatori italiani.

Tale settore offre un catalogo di spettacoli molto diversificato, si divide in 7 categorie: Prosa, Lirica, Rivista e Musical, Balletto, Burattini e Marionette, Arte varia e Circo.

Nella tabella che segue sono stati raccolti tutti i principali dati forniti dal report in oggetto.

Tabella 2.1- Lo spettacolo dal Vivo in Italia nel 2024

	Spettacoli	Spettatori	Spesa del pubblico
SPETTACOLO DAL VIVO	3.370.000	253.500.000	4.000.000.000€
TEATRO	153.014	28.251.135	578.637.823€
Prosa	94.772	16.547.880	283.921.444€
Lirica	2.880	2.134.727	110.489.450€
Rivista e Musical	2.664	1.599.628	57.357.839€
Balletto	12.275	2.679.045	55.106.085€
Burattini e Marionette	2.832	211.214	1.491.353€
Arte varia	21.572	4.194.001	60.980.070€
Circo	16.019	884.640	9.291.582€

Fonte: nostra elaborazione su dati SIAE, "Rapporto SIAE 2024", 89° edizione

Tabella 2.2- Indicatori di performance

	Spesa media unitaria	Partecipazione media
TEATRO	20,48€	185
Prosa	17,16€	175
Lirica	51,76€	741
Rivista e Musical	35,86€	600
Balletto	20,57€	218
Burattini e Marionette	7,06€	74,6
Arte varia	14,54€	194
Circo	10,5€	55

Fonte: Nostra elaborazione sui dati SIAE, "Rapporto SIAE 2024", 89° edizione

Ogni categoria verrà esaminata sotto un aspetto quantitativo, in particolare saranno definite secondo 3 indicatori: numero di eventi, la spesa del pubblico e il numero di spettatori raggiunti.

L'analisi si apre con il genere della prosa che proprio per il suo contenuto, ovvero la recitazione di testi drammatici, costituisce la fetta maggiore dell'offerta teatrale – circa il 61.94% - ospitando 58.57% degli spettatori.

Ciò che però non deve passare inosservato è la partecipazione e la spesa media, entrambi gli indicatori sono al di sotto rispetto alla media del macroaggregato.

Evidente è la scarsa economia di scala realizzabile, se ogni evento mediamente raccoglie 175 persone, significa che vi è un'offerta "polverizzata" ovvero tanti spettacoli in tanti teatri, equivale a dire costi costanti generati dal fattore lavoro. Se si considera la capienza media di un teatro comunale, che offre dai 300 ai 600 posti, di questi circa la metà o più resterebbero vuoti.

Dunque il punto forte della prosa è la capillarità territoriale, ovvero la capacità di apportare valore aggiunto al territorio, permettendo la diffusione dell'arte del teatro dalle città più grandi ai comuni più piccoli ma d'altra parte è un comparto debole economicamente.

Nel settore lirico, invece, si presenta la situazione opposta: ovvero l'offerta è molto limitata ma ogni evento raccoglie un numero medio di spettatori ben al di sopra della media generale (741 su 185), in aggiunta le persone sono disposte a pagare di più per partecipare a spettacoli di questo genere. Infatti si mostra il settore maggiormente capace di generare ricavi, considerato l'alto costo medio. Tuttavia il prezzo più elevato rischia di escludere le fasce meno abbienti, andando a limitare l'equità di accesso ai beni culturali. Per la sua natura e la sua storia la lirica assume un ruolo elitario, a dimostrazione di ciò a dicembre del 2023 "la pratica del canto lirico" in Italia è stata iscritta nella Lista Rappresentativa del Patrimonio Culturale Immateriale dell'UNESCO³².

Il prezzo per partecipare ad uno spettacolo simile va a creare una barriera che definisce un determinato segmento di pubblico, ovvero le persone ricche perciò non è da sottovalutare l'indotto economico che si genera. Rappresenta un vero e proprio motore per il turismo e i servizi come alberghi, ristoranti e trasporti.

Uno degli eventi in cui si eleva al massimo il prestigio lirico è "l'Opera Festival" organizzato dalla Fondazione dell'Arena di Verona. Secondo uno studio condotto da (Nomisma, 2025), è capace di attrarre circa il 20% del pubblico lirico nazionale ed ha conseguenze economiche ed occupazionali sbalorditive: solo questa iniziativa è in grado

³² La Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale, conclusa a Parigi il 17 ottobre 2023, all'articolo 2 definisce il patrimonio culturale immateriale.

di generare per l'economia italiana 2 miliardi di euro di indotto, quasi 6 mila posti di lavoro, con un effetto moltiplicatore pari a 6,3 euro per ogni euro speso dagli spettatori³³. Nonostante nel 2024 la lirica ha riscontrato una lieve flessione nel numero di rappresentazioni e di spettatori, continua a mantenere un alto valore economico garantendo circa il 19% della spesa del pubblico.

Dopo aver analizzato la prosa che incorpora il valore sociale, la lirica che incarna il prestigio, è doveroso soffermarsi sul musical che invece rappresenta l'industria.

Il carattere industriale deriva dall'entità degli investimenti necessari e la complessità delle produzioni che si compensano con la capacità che questo genere ha di riempire i più grandi teatri. Per rendere questo rischio sopportabile si propongono titoli celebri capaci di ottenere un immediato riscontro.

Sebbene l'offerta si presenti limitata, questo comparto ha una partecipazione media molto alta (600 su una media di 185) e le persone sono disposte a sostenere una spesa media che si aggira intorno ai 35€, anche questo indicatore ben al di sopra della media.

È evidente come il settore dello spettacolo dal vivo stia vivendo una fase di forte crescita e rafforzamento; ovviamente questa spinta non ha colpito tutte le regioni allo stesso modo, in particolare sono 3 le regioni ad aver raggiunto i traguardi migliori: Lombardia, Lazio ed Emilia Romagna.

Lo sviluppo si mostra più marcato nella zona Nord-Ovest che su 3.370.000 spettacoli ricopre una fetta pari a circa il 29% dell'offerta, seguito subito dopo dal Centro che invece si aggira intorno al 25%, rimane invece più arretrata la zona del Sud - che nel 2024 partecipa per il 17% -, e delle Isole.

In particolar modo, nel Centro (che comprende 4 Regioni), il contributo maggiore è apportato dal Lazio, mentre le Marche presentano un trend non molto positivo in quanto si guadagna la penultima posizione (sopra l'Umbria) per spettacoli, spettatori e spesa. Nel territorio marchigiano nel 2024 si è vista la realizzazione di 105.119 spettacoli che hanno raggiunto ben 6,95 milioni di spettatori con un ammontare di spesa del pubblico pari a 82,28 milioni di euro.

³³ Nomisma, "ARENA OPERA FESTIVAL: SOCIO-ECONOMIC IMPACT ASSESSMENT", Novembre 2025, pag.29

Seppur risulti un terreno fertile per la dotazione di luoghi adeguati e per la sua storia e tradizione, è un esempio di territorio che deve essere valorizzato per poter esprimere tutte le sue potenzialità.

È evidente la presenza del divario tra le varie zone italiane, riconducibile principalmente a 3 fattispecie: la disponibilità di luoghi, la presenza di organizzatori e la predisposizione delle famiglie a destinare le loro risorse per scopi ricreativi.

Estrapolando i dati forniti dal report SIAE, la zona Nord- Ovest conta circa il doppio dei luoghi presenti nel Sud e altrettanto determinante è il divario relativo alla capacità organizzativa. Tale dinamica che caratterizza l'intero comparto dello spettacolo dal vivo si replica anche alla sola sezione del "teatro".

Tabella 2.3- Divario zona Nord-Ovest e Sud nello spettacolo dal vivo.

	N. luoghi spettacolo	N. organizzatori
ITALIA	76.767	46.509
NORD-OVEST		
Liguria	1.894	1.294
Lombardia	12.089	8.030
Piemonte	8.170	5.259
Valle d'Aosta	397	249
	22.550	14.832
SUD		
Abruzzo	1.980	1.352
Basilicata	875	599
Calabria	1.289	784
Campania	3.648	2.504
Molise	346	281
Puglia	3.687	2.076
	11.825	7.596

Fonte: Nostra elaborazione sui dati SIAE, "Rapporto SIAE 2024", 89° edizione

La carenza di spazi fisici rappresenta la prima barriera all'accesso per i cittadini limitando la fruizione culturale. Inoltre, non è da sottovalutare la maggiore concentrazione di imprese culturali nella zona settentrionale, che traina la grande macchina dello spettacolo dal vivo.

Delineato il lato dell'offerta, non resta che spostare il focus dell'analisi sul lato della domanda esaminando il comportamento e le caratteristiche dei consumatori.

Verrà prima presentato lo scenario italiano in termini di spesa mensile delle famiglie e quanto di questa viene destinata ad attività culturali e ricreative, successivamente verranno esaminati i fattori che influenzano la domanda, ovvero il fattore anagrafico e la posizione geografica.

Nella tabella vi è l'elaborazione dei dati (ISTAT) forniti ogni anno relativa alla spesa media mensile delle famiglie complessiva e la quota impiegata in attività culturali e ricreative.

Tabella 2.4- spesa media mensile delle famiglie 2021-2024

SPESA MEDIA MENSILE DELLE FAMIGLIE	2021	2022	2023	2024	Var. 2023/2024
Spesa in Ricreazione, Cultura e Sport	€79,33	€91,94	€101,83	€104,96	3,07%
Spesa totale famiglie	€2414,8	€2625,36	€2738,07	€2755,09	0,62%
Incidenza spesa in cultura e ricreazione su spesa totale	3,29%	3,50%	3,72%	3,81%	

Fonte: Nostra elaborazione dati Istat, "Spese per consumi" 2021-2022-2023-2024

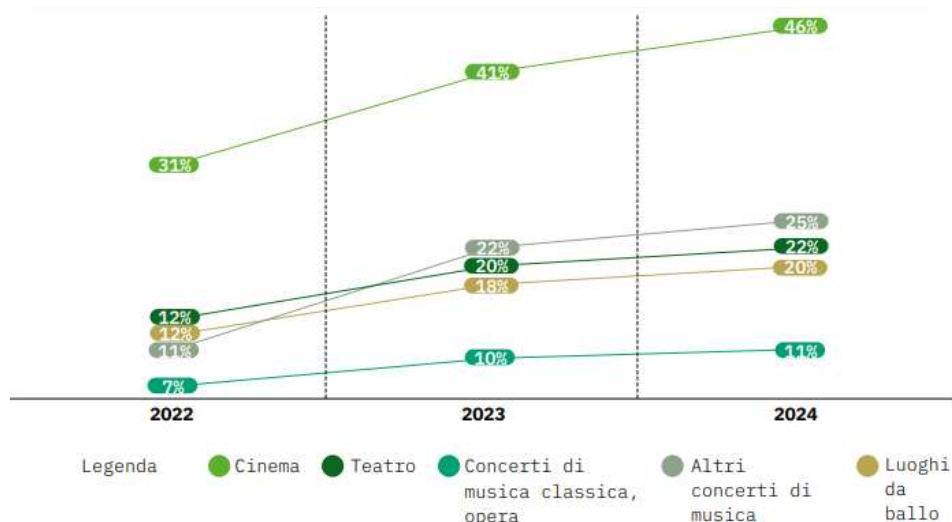
Molto interessante è osservare che la spesa per attività ricreative e culturali cresce più velocemente della spesa totale, ciò significa che è cambiata la percezione della cultura agli occhi delle famiglie. È sempre meno percepita come un bene di lusso e diventa sempre di più un' esigenza. La variazione +3.07% indica che le famiglie hanno sottratto il budget ad altre categorie per destinarlo a questo genere di attività.

Da un punto di vista macroeconomico la spesa complessiva delle famiglie nell'anno 2024 ammonta a 1.283.703,8 milioni di euro di cui una spesa in servizi culturali pari a 1.355,8

milioni di euro. La voce servizi culturali fa riferimento a teatro, cinema, concerti e musei³⁴.

Presentato lo scenario generale è bene approfondire le tendenze della partecipazione degli individui alle varie forme di spettacolo, questo è reso possibile grazie all'indagine multiscope sulle famiglie condotta dall'ISTAT.

Fig. 3- Persone che sono andate a teatro, cinema, concerti e altri luoghi da ballo



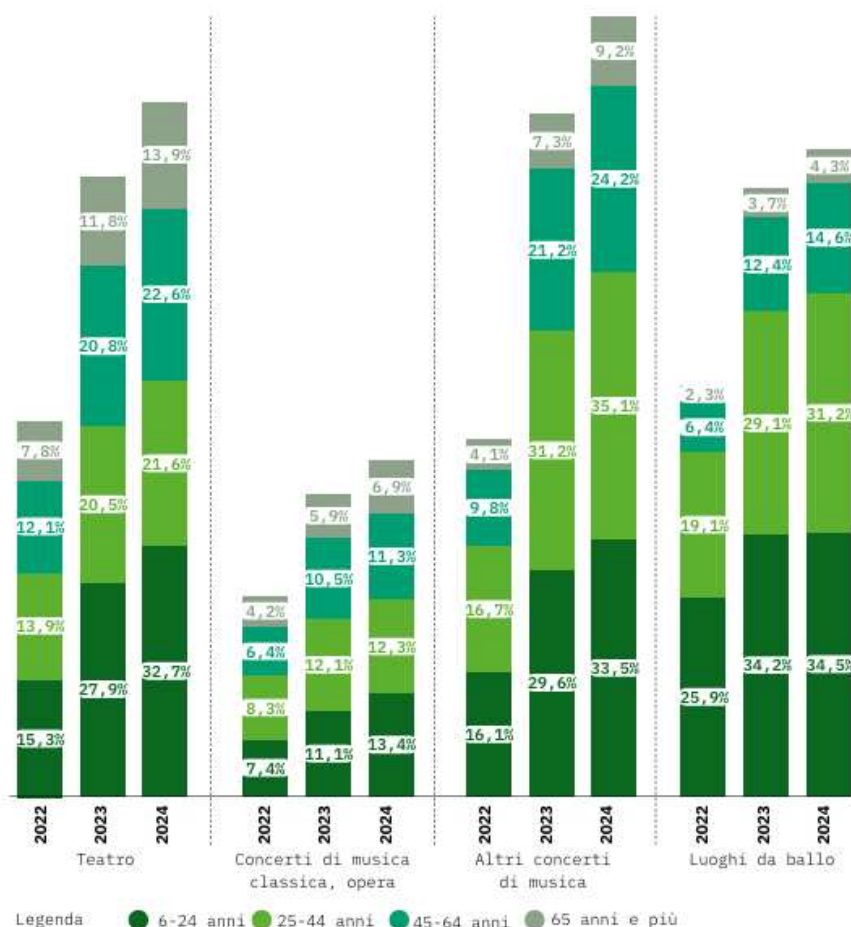
Fonte: Ministero della Cultura, “Minicifre della Cultura – edizione 2025”, pag.165

Come mostrato nella figura 4, dopo lo shock pandemico, si configura un rinnovato interesse degli italiani per l'esperienza dal vivo. Il cinema si conferma il principale motore del comparto raggiungendo nel 2024 il 46% della popolazione, parallelamente si registra una crescita per i concerti. Mentre i settori più tradizionali come il teatro mostrano un incremento ma più contenuto attestandosi intorno al 25% della partecipazione.

La chiave per comprendere al meglio il trend delle varie tipologie di spettacolo è il fattore anagrafico che risulta una determinante che non può essere ignorata.

³⁴ Banca dati ISTAT, “Spesa per consumi finali delle famiglie per voce di spesa”

Fig.4 –Persone che hanno usufruito di diversi luoghi dello spettacolo dal vivo per fasce d'età.



Fonte: Ministero della Cultura, “Minicifre della Cultura – edizione 2025”, pag.165

Come si può osservare nella Figura 4, tutti i vari comparti dello spettacolo subiscono una crescita grazie all’aumento, più o meno importante, dell’interesse mostrato da tutte le fasce d’età.

Si configurano, però, come il vero e proprio motore della crescita le fasce più giovani – ovvero quella tra i 6-24 anni e quella tra 25-44 anni - che mostrano tassi di partecipazioni più elevati in tutti i settori.

Nel caso del teatro, fondamentale è la partecipazione della fascia più giovane per sostenere la crescita complessiva, dato che il suo contributo è cresciuto di ben 17,4 punti percentuali dal 2022.

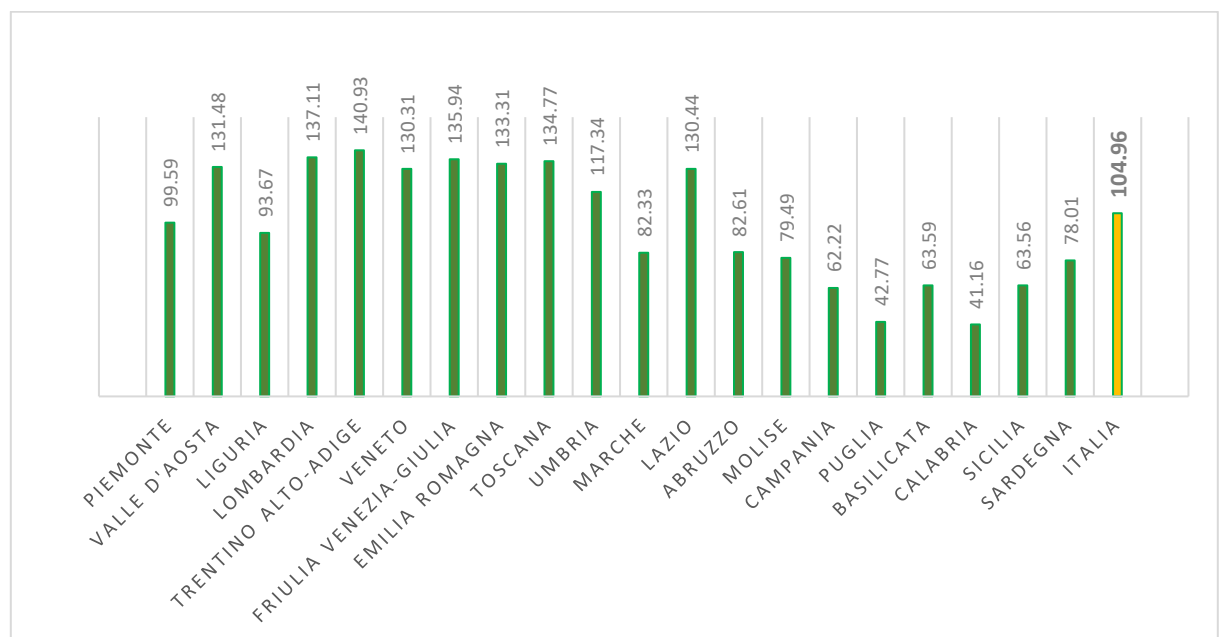
Tuttavia nel complesso il settore di spicco risulta essere quello dei concerti che vede il maggior coinvolgimento del pubblico con la predominanza della seconda fascia d’età.

L'analisi evidenzia un forte divario generazionale, infatti la situazione opposta si verifica per le fasce di età più alte – ovvero la fascia 45-64 e gli over 65 – che contribuiscono alla crescita dello spettacolo dal vivo, ma solo in modo residuale. La loro si mostra una presenza resiliente che vede, però, una crescita molto lenta.

In conclusione, il fattore anagrafico non può di certo non essere considerato per garantire il successo di politiche ed iniziative mirate e quindi la capacità del settore di generare ricchezza.

Verrà ora esaminata la predisposizione delle famiglie ad impiegare risorse in attività ricreative e culturali in relazione alla collocazione geografica.

Fig. 5 – Spesa media mensile delle famiglie in ricreazione, cultura e sport nelle regioni italiane nel 2024



Fonte: nostra elaborazione tavole ISTAT, "Report spese 2024"

Secondo la rielaborazione dei dati ISTAT, emerge una maggiore partecipazione nella zona Nord-Est dell'Italia, in particolar modo a detenere il primato è la regione del Trentino Alto-Adige mentre la Calabria è quella a presentare i risultati peggiori.

I dati confermano la presenza di un marcato dualismo territoriale, infatti tra le due regioni vi è una distanza di ben €99,77 euro di spesa media mensile (Figura 5)

Le regioni del centro si aggirano intorno alla media nazionale, in particolare le Marche si posizionano al di sotto del valore di riferimento nazionale ma pur sempre presentando una certa stabilità.

In definitiva, il quadro nazionale mostra uno scenario promettente per la filiera culturale, seppur contraddistinto da divari geografici e generazionali. Risulta, necessario ridurre il campo d'azione per analizzare come queste dinamiche si concretizzano in un'istituzione specifica.

3. IL TEATRO “LA NUOVA FENICE” DI OSIMO

ANALISI DEL CASO STUDIO

3.1 Il ruolo del teatro nel territorio osimano

Dopo aver presentato lo scenario macroeconomico della cultura dello spettacolo dal vivo in Italia, si sposta ora l'analisi su una dimensione microeconomica.

In questo capitolo verrà affrontato il caso studio territoriale del Teatro “La Nuova Fenice” di Osimo, declinando i concetti di domanda ed offerta ad un caso locale e circoscritto.

Il Teatro “La Nuova Fenice” è un teatro che sorge nel centro storico della città di Osimo e ne rappresenta uno dei più importanti centri culturali.

Fu costruito tra il 1887 e il 1892, nato dalle ceneri di un precedente teatro andato distrutto da un incendio. Dopo una serie di manutenzioni riaprì nel 1999 e ancora oggi continua la sua operatività.

La struttura è di proprietà del comune ma la sua gestione appartiene alla A.S.S.O. – Azienda Speciale Servizi Osimo – ente strumentale del Comune di Osimo che si occupa di fornire servizi alla comunità con l'obiettivo finale di promuovere il benessere sociale.

3.2 Analisi dell'offerta: i generi teatrali e la programmazione artistica

In questo particolare contesto verrà analizzata l'offerta per comprenderne l'impatto sul territorio.

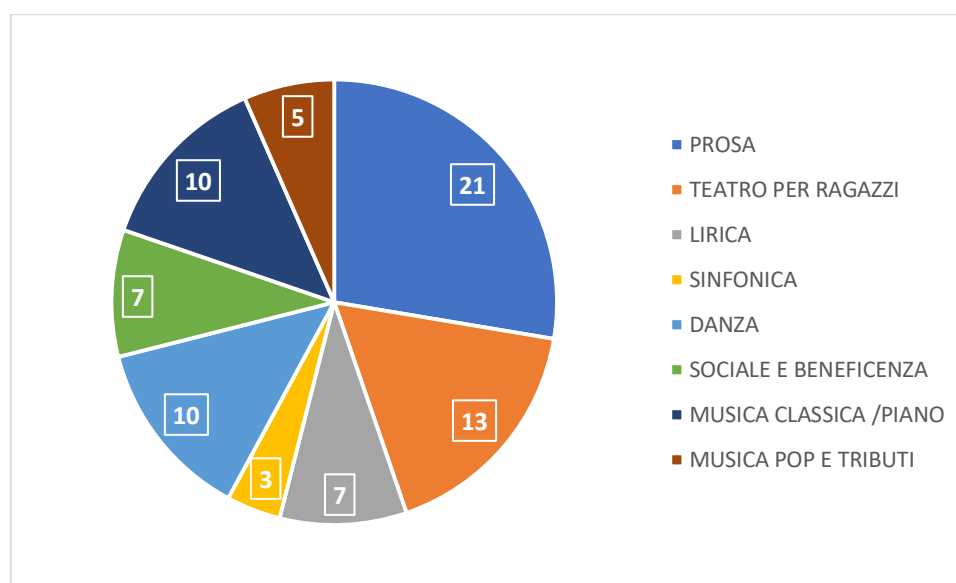
Il teatro vanta 474 posti a sedere suddivisi in platea, tre ordini di palchi e un loggione ed è operativo 10 mesi l'anno, da settembre a giugno. Nel complesso, la struttura viene utilizzato circa 250 giornate l'anno tra spettacoli e prove.

Analizzando l'offerta del 2025, il Teatro di Osimo ha ospitato ben 76 spettacoli, vendendo 15.377 biglietti con una spesa del pubblico pari a circa €237.000. Molto importante è evidenziare il l'espansione dell'offerta che il teatro osimano sta affrontando negli anni, dal 2024 al 2025 gli spettacoli sono aumentati del 20%.

La programmazione si mostra è ampia e articolata, gli eventi organizzati nel Teatro “La Nuova Fenice” possono essere divisi in 8 macrocategorie: prosa, teatro per ragazzi, musica lirica, sinfonica, eventi di carattere sociale e benefico, musica classica e musica pop e tributi.

Nel 2025 il teatro ha ospitato ben 76 spettacoli e nella Figura 6 è possibile rintracciare i generi rilevanti.

Fig. 6 – Numero di spettacoli del 2025 suddivisi per genere



Fonte: Nostra elaborazione dati forniti dal Teatro “La Nuova Fenice” il 22-04-2026

Dall'analisi dell'offerta emerge la centralità della prosa, rappresentando circa il 28% dell'offerta complessiva.

Allo stesso tempo, si amplia sempre di più nel corso degli anni la categoria del teatro per ragazzi, con un catalogo di eventi nati per catturare l'attenzione di bambini e ragazzi.

Infatti nel 2025 arrivano a ricoprire una quota pari al 17% circa, rafforzando il tentativo di far appassionare le nuove generazioni all'arte teatrale e costruire il pubblico di domani. Invece, la missione civile del teatro si concretizza nell'ambito del "sociale e beneficenza" attraverso la realizzazione di eventi con enti che portano avanti scopi sociali e solidaristici.

Nel 2025 la funzione sociale del teatro vive un deciso rilancio: la programmazione solidale torna a rappresentare il 9% dell'offerta totale, superando il calo degli ultimi anni. Infine, la programmazione musicale è estremamente eterogenea ed ampia – infatti rappresenta il 33% dell'offerta - e consente di attrarre a teatro target e fasce d'età differenti. Si osserva un'offerta che spazia dal prestigio della tradizione lirica, al rigore della musica classica e sinfonica fino ad arrivare alla vivacità dei tributi pop, con un forte richiamo mediatico.

Accanto alla prosa e alla scena musicale, un ruolo di rilievo è ricoperto dalla danza che rappresenta il 13% dell'offerta totale. I protagonisti sono le scuole e le accademie locali e l'attività si concentra particolarmente nei periodi di fine stagione.

La varietà e il dinamismo che ha caratterizzato l'attività teatrale negli anni sono garantite da una fitta rete di collaborazioni con soggetti di diversa natura giuridica e finalità artistiche. È possibile suddividerli in tre macrocategorie:

- enti istituzionali e regionali;
- enti del Terzo Settore con finalità artistiche e culturali e associazionismo
- enti del Terzo Settore con scopi solidaristici di impegno civile

La tabella 3.1 sintetizza i risultati quantitativi conseguiti dagli enti che hanno collaborato con il teatro nel 2025. Questi dati sono utili per comprendere al meglio l'approfondimento della dimensione qualitativa presentato di seguito.

Tabella 3.1- Attività teatrale del teatro “La Nuova Fenice” per ente organizzatore nel 2025

ENTE	N. spettacoli	N. biglietti	Spesa del pubblico
AMAT	19	6384	109.763,20 €
<i>AMAT- prosa</i>	<i>13</i>	<i>4354</i>	<i>96.615,20 €</i>
<i>AMAT- teatro per ragazzi</i>	<i>6</i>	<i>2030</i>	<i>13.148,00 €</i>
ACCADEMIA D'ARTE LIRICA OSIMO	7	587	5.559,06 €
FORM	3	333	2.299,00 €
ASD DANCE LAB	1	205	4.510,00 €
DANZARTE REVOLUTION	1	344	6.880,00 €
IL BALLETO OSIMO	5	1650	34.353,00 €
LITTLE COMPANY	2	500	12.075,00 €
ROTARY	4	800	12.993,00 €
ALFIERI DELLA STORIA	1	277	3.324,00 €
POLO	10	312	2.160,00 €
KORU FITNESS	1	161	3.068,00 €
CROCE ROSSA	2	165	3.300,00 €
ASS. SPECCHI SONORI	1	90	450,00 €
ASSO	19	3569	36.274,00 €
TOTALE	76	15377	237.008,26 €

Fonte: Nostra elaborazione dati forniti dal Teatro “La Nuova Fenice” il 22-04-2026

3.2.1 Gli enti istituzionali e Regionali: la stabilità della Prosa e della Lirica e sinfonica

Nella prima categoria, spicca l'AMAT - precedentemente illustrata nel paragrafo 2.2.1 - ovvero un circuito regionale multidisciplinare, che per la sua grandezza garantisce spettacoli di grande fama a livello nazionale sul piccolo palco del teatro osimano. L'AMAT è responsabile della stagione della prosa e del progetto “Famiglie a Teatro” che comprende eventi facenti parte della categoria teatro per ragazzi.

Con questi due format, l'ente porta a teatro un pubblico eterogeneo. Se la prosa attira spettatori adulti con proposte che spaziano dalla drammaturgia classica a quella contemporanea, il teatro per ragazzi coinvolge i più giovani con rappresentazioni divertenti ed educative, capaci di riunire le famiglie nell'esperienza unica del teatro.

L'offerta dell'AMAT, nel 2025 costituisce il 24% degli spettacoli totali, proponendo ben 19 spettacoli, ovvero 13 della prosa e 6 del teatro per ragazzi, reggiungendo quasi la metà della spesa del pubblico.

Proprio per soddisfare una domanda crescente della comunità, nel novembre 2024 è stata introdotta la doppia serata per gli spettacoli di prosa, un'iniziativa non da poco, che ha rilanciato l'attività teatrale. Confrontando i dati del 2024 e del 2025 il numero di rappresentazioni è passato da 12 a 19. L'attività di questo ente si è intensificata sempre di più negli anni, infatti nel 2023 erano solo 7 gli spettacoli organizzati.

Tra i partner istituzionali vi è l'Accademia D'Arte Lirica di Osimo, che si distingue per la sua eccellenza accademica e il prestigio internazionale di cui gode in quanto “punto di riferimento per la salvaguardia dell'arte e della cultura lirica di tradizione italiana ed europea³⁵”.

All'interno del palinsesto della programmazione, l'Accademia ricopre il segmento della lirica.

Grazie a questa collaborazione il teatro ha l'opportunità di ospitare concerti e produzioni liriche che mantengono viva la tradizione operistica osimana. Nel 2025, sette sono stati gli appuntamenti che ne hanno animato il palco.

L'accademia garantisce l'incontro di tradizione e innovazione che diventa il protagonista principale nei progetti come “Opera fai da te”, in cui la lirica si apre ad una maggiore inclusività collaborando con enti del Terzo Settore come la Lega del Filo d'Oro. Dalla collaborazione tra studenti, cittadini e persone con disabilità è nato un melodramma che ha visto il coinvolgimento di oltre 500 persone, capace di creare un'occasione di trasmissione dei saperi e dialogo intergenerazionale.

La FORM - Fondazione Orchestra Regionale delle Marche - è un'istituzione di riconosciuta dal Ministero che garantisce la presenza della musica sinfonica all'interno del palinsesto teatrale.

Nel 2025 il teatro ha ospitato ben 3 spettacoli. che rappresenta l'integrazione di Osimo all'interno della rete produttiva regionale.

³⁵ Accademia d'Arte Lirica di Osimo, *La storia*, disponibile su <https://www.accademialiricaosimo.com/la-storia/>, consultato il 28 aprile 2026.

3.2.2 Enti del Terzo Settore con finalità artistiche: Danza e Musica Classica

La presenza della musica classica all'interno del teatro è resa possibile dall'attività svolta dall'associazione Polo Music APS.

Nel 2025 ha organizzato ben 10 spettacoli e tutti nel "ridotto", ovvero una struttura che ha preso il posto dei vecchi magazzini teatrali. Conta ben 77 posti ed ospita eventi di piccole dimensioni, garantendo un clima intimo e familiare.

Per quanto riguarda la danza, gli spettacoli sono il risultato di un profondo lavoro svolto durante l'anno dagli allievi e professionisti delle scuole di danza locali.

Nel 2025 si rilevano 8 spettacoli e principalmente l'attività di 5 associazioni: Koru Fitness, il Balletto di Osimo, Danzarte Revolution, ASD Dance Lab e Little Company.

3.2.3 Enti del Terzo Settore con finalità solidaristiche e di impegno civile

All'interno del quadro del Terzo Settore, spiccano collaborazioni con enti come il Rotary Club e la Croce Rossa che utilizzano il palco teatrale come strumento per finalità civiche e filantropiche. Gli spettacoli diventano la fonte economica per sopperire ai bisogni della collettività, conferendo al teatro la funzione di coesione sociale.

Nel 2025 ben 6 sono state le occasioni in cui la comunità osimana si è riunita per godersi la magia del teatro e allo stesso tempo per contribuire al consolidamento di questi enti.

Infine, gli Alfieri della Storia è un'associazione di grande importanza per Osimo per il suo impegno civile che si concretizza nella conservazione e diffusione della storia tramite rievocazioni e spettacoli.

Finalmente, dopo un periodo di stop registrato nel 2023 e 2024, anche gli ETS che perseguono scopi umanitari tornano ad animare il palco del teatro permettendo alla comunità di vivere la magia del teatro e sostenere importanti progetti di solidarietà.

3.2.4 Valutazioni sul mix di collaborazioni messo in atto

La pluralità dei soggetti coinvolti implica una scelta strategica in grado di bilanciare le esigenze di fare grandi numeri e valorizzare le specialità territoriali regionali e locali.

I rapporti intrattenuti con enti di rilevanza nazionale come l'AMAT garantiscono un'affluenza di massa e quindi un importante motore economico per il teatro. D'altra parte si tutela il patrimonio culturale e artistico che contraddistingue in primis il territorio osimano (come l'Accademia D'Arte Lirica o Polo Music APS) e poi quello marchigiano (come la FORM), proponendo spettacoli che registrano numeri più contenuti ma caratterizzati da un elevato prestigio tecnico e artistico.

È evidente che l'AMAT e A.S.S.O. rappresentano i pilastri quantitativi dell'offerta teatrale, ma duplice può essere il ruolo rivestito da quest'ultima.

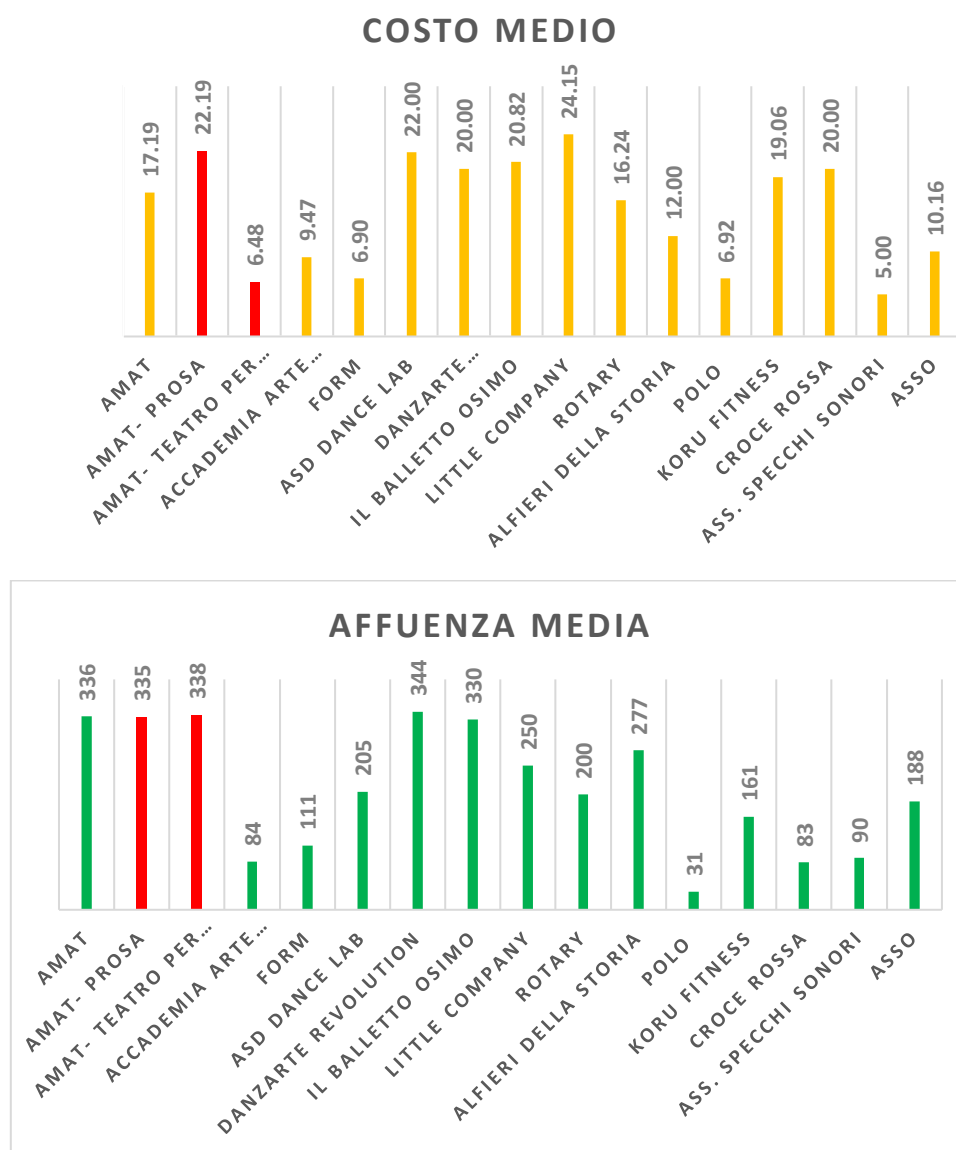
L'azienda da un lato opera come ente gestore tramite la messa a disposizione del teatro e tutto ciò che è richiesto dai partner esterni; dall'altro assume la funzione di organizzatore curando personalmente il cartellone di eventi, che spaziano dalla prosa al teatro per ragazzi fino ad arrivare agli spettacoli tributo. Il suo operato non è affatto da sottovalutare proprio per il carattere quantitativo e qualitativo degli spettacoli proposti nel corso del 2025.

3.3 Analisi della domanda: la risposta del pubblico per ente organizzatore

Dopo aver delineato il quadro dell'offerta, nel seguente paragrafo verrà presentato il lato della domanda e il riscontro della comunità osimana all'impegno dimostrato nell'attività teatrale.

Per analizzare il trend della programmazione teatrale non è sufficiente osservare il numero di biglietti venduti, è necessario evidenziare la capacità di attrazione di ogni singolo ente e la politica di prezzo adottata. Per questo, sono stati elaborati due indicatori chiave: il costo medio e l'affluenza media.

Fig. 7 – Costo medio e affluenza media per ente organizzatore, rilevata nel 2025



Fonte: Nostra elaborazione dati forniti dal Teatro “La Nuova Fenice” il 22-04-2026

Dai grafici emerge che, nel 2025, i generi che hanno riscontrato maggior successo sono la danza e la stagione della prosa insieme al teatro per ragazzi, ovvero il cartellone teatrale proposto dall’AMAT

L’AMAT registra un’affluenza media pari a 336 spettatori, significa che ogni suo spettacolo riesce quasi a riempire la sala. Questo si traduce anche in un’ottimizzazione

dal punto di vista economico, considerati i costi che comporta l'apertura della sala per ogni evento.

Nonostante sia un genere che presenti un costo medio che si colloca tra i più elevati, pari a €22,19, ha comunque un riscontro positivo in termini di affluenza, questo dimostra la sua capacità attrattiva ed un pubblico fidelizzato.

L'espansione dell'offerta con la doppia serata ha avuto un riscontro positivo anche in termini di domanda: la crescita dei volumi del pubblico ha visto l'aumento del 63% del numero di biglietti venduti passando da 3904 a 6384; infine anche la redditività ha seguito questo trend positivo con una spesa del pubblico che è salita da €75.920,43 a 109.763,20. Grazie a questa novità, molte più persone hanno avuto la possibilità di arricchirsi della magia del teatro arrivando a 700 spettatori medi per titolo.

Anche la danza si rivela essere un comparto molto attrattivo, i dati mostrano un'affluenza media che tocca la saturazione della sala, dato che si accompagna ad un costo medio tra i più elevati della stagione, superando la soglia di €20.

La danza e la stagione della prosa rappresentano risorse estremamente proficue per la cassa del teatro, registrando una spesa del pubblico pari a €170.649,20.

Si ha una strategia di prezzo opposta, invece, nel settore della musica e nel teatro per ragazzi.

Il teatro per ragazzi, rappresentato dall'iniziativa "Famiglie a Teatro", è il risultato di una strategia ben pensata sia per l'orario in cui viene proposto, ovvero la domenica pomeriggio; sia per l'accessibilità di prezzo.

Il costo medio è di €6,50, presentando un alto divario rispetto alla prosa. In questo comparto l'obiettivo non è la redditività, ma l'attrattività per avere un riscontro mediatico da un pubblico più giovane. I dati dimostrano il successo di questa linea d'azione.

Anche nel settore della musica – lirica, sinfonica e classica – si riscontra un costo medio basso, che oscilla tra €6,90 e €9,50 e altrettanto l'affluenza, che non supera i 111 spettatori per evento.

Il comparto lirico è quello che presenta il costo medio più alto, rispetto al 2024 si rileva una lieve diminuzione dell'offerta di spettacoli e allo stesso tempo anche dell'affluenza media, che da 98 passa a 84 spettatori.

Cambio di tendenza per la sinfonica, invece, che rileva un calo dell'offerta rispetto all'anno precedente del 50% ma un miglioramento dell'affluenza media che si attesta attorno ai 111 spettatori per evento, raggiungendo il livello più elevato all'interno dell'intero settore musicale.

La domanda musicale impone una segmentazione del pubblico molto selettiva. La specificità delle proposte circoscrive la domanda ad un pubblico di nicchia. Anche in questo settore, evidente è l'anelasticità: l'alto prestigio dell'offerta e l'abbassamento dei prezzi non condiziona allo stesso modo la domanda in quanto fortemente condizionata da un background culturale.

Questa dinamica culmina nel caso degli eventi di musica classica di Polo Music APS dove l'affluenza media tocca i minimi mai rilevati, ovvero i 31 spettatori per ogni spettacolo che vengono effettuati nel ridotto. È chiaro il ruolo che questi eventi assumono all'interno del palinsesto, in questo caso non si dà valore alla quantità della domanda, bensì alla qualità.

Tuttavia data la varietà di rappresentazioni e il prezzo accessibile, l'offerta musicale si costituisce un prezioso patrimonio culturale che la comunità osimana deve ancora riscoprire a pieno.

Nella Figura 7, emerge la mobilitazione di una grande fetta della comunità osimana per gli eventi organizzati dagli enti solidaristici.

In particolare il Rotary è stato l'ente più attivo nel 2025: con i suoi 4 spettacoli ha generato un incasso pari a €12.993, registrando un'affluenza media pari a 277 spettatori.

La valenza etica di questi eventi si conferma nell'elevato costo del biglietto, arrivando a toccare i €20 nel caso delle iniziative portate avanti dalla Croce Rossa, una cifra tra le più elevate del palinsesto.

Gli spettatori non acquistano solo per assistere allo spettacolo, ma partecipano attivamente ad una raccolta fondi. Il loro contributo fornito pagando il biglietto, viene ampiamente ripagato dalla qualità proposta.

L'analisi dei volumi di affluenza e la variabilità del prezzo a seconda della tipologia di evento, permette di individuare specifici segmenti di domanda e le motivazioni che spingono gli spettatori ad effettuare determinate scelte di acquisto.

Per i settori della danza e della prosa si identifica una domanda anelastica, infatti nonostante il costo medio del biglietto sia superiore alla media del palinsesto, il pubblico manifesta comunque una forte disponibilità di spesa, data l'alta l'affluenza registrata.

Il prezzo è, quindi, una variabile che assume un ruolo solo marginale.

Tali comparti sono caratterizzati da una domanda fedele e consapevole della qualità che verrà portata sul palco.

Cambio di rotta si ha nel settore musicale e nel teatro per ragazzi dove il teatro non punta alla massimizzazione della redditività, ma all'attrattività e qualità. La prima variabile su cui agiscono è proprio il prezzo. Viene esaltato quindi il valore educativo e formativo del teatro. Nonostante l'abbassamento del prezzo, l'affluenza si mostra più bassa rispetto agli altri generi, questo conferma l'anelasticità della domanda osimana.

La sostenibilità dell'attività teatrale risiede nella combinazione di questi segmenti. I settori ad alta redditività che richiamano un pubblico di massa generano risorse che permettono di mantenere in vita le proposte di nicchia e le attività con un importante significato sociale.

3.4 La gestione del teatro in termini economici

Dai bilanci ASSO del periodo 2021-2025 si evidenzia una fase di forte espansione significativa per la gestione economica del Teatro "La Nuova Fenice".

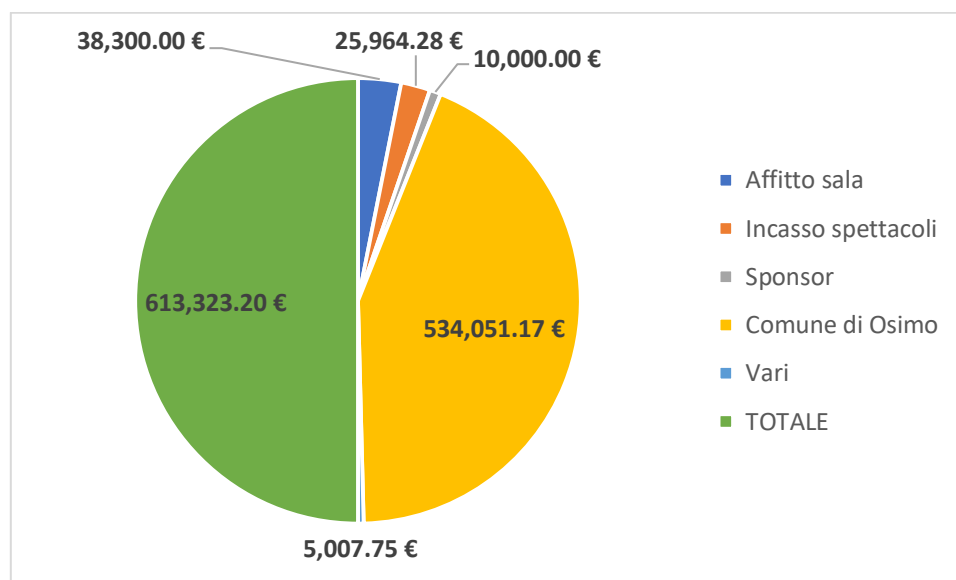
L'andamento dei ricavi è la dimostrazione della lenta ripresa del comparto dello spettacolo dal vivo, in particolare dell'attività teatrale, dopo lo shock pandemico.

I dati stessi lo dimostrano, infatti nel 2025 il teatro ha conseguito ricavi pari a €613.323,20³⁶ ovvero 2,35 volte quelli del 2021 che ammontavano a 260.824,39³⁷.

³⁶ A.S.S.O. - *Bilancio di esercizio 2025*, documento d'archivio istituzionale.

³⁷ A.S.S.O. – *Bilancio di esercizio 2021*, documento d'archivio istituzionale.

Fig.8 – Composizione dei ricavi del teatro nel 2025



Fonte: Nostra elaborazione dati presenti nel bilancio ASSO del 2025

I ricavi, composti come mostrato nella Figura 8, evidenziano una forte dipendenza dal contributo comunale che si conferma il principale motore finanziario del teatro, infatti rappresentano circa 87% delle entrate totali. L'attività teatrale assume, perciò, le connotazioni di "servizio pubblico", che resta in vita grazie alla volontà politica di investire risorse nel settore culturale.

Tuttavia le voci che hanno subito una crescita degna di nota sono quelle generate direttamente dal mercato. A partire dall'affitto della sala che ha mostrato un trend positivo impressionante, passando dai €3.590 del 2021 ai €38.300 del 2025. Questo dato testimonia la capacità attrattiva della struttura teatrale che diventa uno spazio di riferimento anche per eventi esterni e di natura associativa.

Accanto all'affitto della sala, vi sono gli incassi degli spettacoli, principalmente generati dalla vendita dei biglietti e di abbonamenti. L'investimento nella cultura ha avuto un riscontro positivo dalla comunità, tanto che le entrate da €9.392,18 sono passati a €25.964,28. Si segnala quindi un importante ritorno in sala dopo le restrizioni subite.

A questo punto della trattazione è necessario fare una distinzione tra la spesa complessiva sostenuta dal pubblico e i ricavi effettivamente registrati in bilancio.

Nel 2025 il volume di affari generato tramite la vendita di biglietti ha raggiunto €237.000. Questa cifra, tuttavia, non coincide con i proventi presenti in bilancio in quanto gli spettacoli sono organizzati da compagnie esterne. Di conseguenza solo una parte dell'incasso viene trattenuta dal teatro stesso.

L'aggregato dei costi, invece, si compone di due voci: "costo stagione prosa" e "cachet compagnie no AMAT".

Nel 2025 i costi ammontano a €83.011,81 di cui €49.195 relativi alla remunerazione dell'attività svolta da tutte quelle compagnie al di fuori del circuito AMAT.

Sebbene la stagione della prosa rappresenta il fulcro della programmazione annuale, l'analisi delle uscite evidenzia una prevalenza di investimenti verso compagnie al di fuori del circuito AMAT. Ciò testimonia l'impegno del teatro nel sostenere le realtà locali, garantendo allo stesso tempo un cartellone di ricco e variegato.

Tale configurazione è resa possibile dalla modalità di gestione del teatro, ovvero grazie al supporto comunale che funge da colonna portante dell'intero sistema. Il surplus tra ricavi e costi, che ammonta a ben €530.311,39, permette al teatro di svincolarsi dalla sola logica del profitto e puntare anche sul valore sociale e culturale che viene trasmesso sul palco.

CONCLUSIONI

Il presente elaborato ha analizzato le dinamiche economiche dello spettacolo dal vivo in Italia e come queste si traducono in una piccola istituzione culturale, quale il Teatro di Osimo “La Nuova Fenice”.

Attraverso l’analisi di dati qualitativi e quantitativi, è stato possibile delineare un quadro dove il finanziamento pubblico del teatro trova la sua giustificazione teorica nella natura di bene meritorio.

In particolare, l’implementazione del teatro all’interno del sistema A.S.S.O. ha permesso la costruzione di un modello unitario e coordinato ma allo stesso tempo evidente è la forte dipendenza dalle risorse comunali, pari all’ 87% nel 2025. In un contesto di incertezza, un taglio alla spesa pubblica potrebbe rappresentare un pericolo per la continuità dell’attività teatrale.

Per svincolare la sussistenza del teatro dalle risorse pubbliche, o perlomeno per ridurne l’impatto si dovrebbe incentivare l’azione privata. In questo contesto lo strumento dell’Art Bonus rappresenta una leva strategica fondamentale. Prendendo il successo che ha riscontrato in regioni come la Lombardia, il teatro potrebbe instaurare delle collaborazioni con le imprese osimane. L’offerta di benefici in termini di abbonamenti o agevolazioni per i dipendenti in cambio di erogazioni liberali, non solo garantirebbe risorse preziose per la struttura, ma potrebbe essere l’inizio di un ampio fenomeno di fidelizzazione. Il pubblico inizialmente mosso da un movente economico, potrebbe trasformarsi in un frequentatore abituale.

L’analisi ha inoltre evidenziato l’effetto moltiplicatore, che implica la capacità della filiera culturale di avere un impatto anche in altri settori correlati. L’attività di andare a teatro non si esaurisce nella visione dello spettacolo, ma costituisce un vero e proprio consumo esperienziale che va curato in tutte le sue fasi: prima, dopo e durante l’evento. Tutto il processo del consumo deve essere curato nei minimi dettagli: la facilità di accesso alle varie informazioni, la presenza di parcheggi gratuiti, di un’accoglienza all’interno del foyer storico adeguata e di tutti quei servizi correlati.

Il fenomeno coinvolge anche tutto quello che c’è intorno. È importante quindi che vi siano bar, negozi, ristoranti in grado di arricchire questa esperienza e ravvivare il centro storico stesso.

Ad esempio un'importante leva per il centro osimano sono gli spettacoli per ragazzi messi in scena la domenica pomeriggio. L'affluenza delle famiglie non solo popola la sala, ma rivitalizza anche l'economia locale.

Il crescente impegno mostrato dal teatro di Osimo per quanto riguarda l'implementazione di un numero sempre maggiore di spettacoli per ragazzi all'interno della programmazione annuale, non è solo una scelta educativa e formativa ma anche una strategia per conquistare un segmento molto promettente, che potrebbe costituire una base solida di crescita per il futuro. Lo dimostrano i risultati degli studi illustrati nel capitolo 2.3, dal quale è emerso che la fascia d'età più attiva nello spettacolo dal vivo è quella tra i 6 e i 24 anni.

In definitiva, la sfida del teatro "La Nuova Fenice" risiede nel combinare la sua funzione di bene meritorio, in grado quindi di apportare valore all'intera comunità, con una gestione efficace ed efficiente in grado di garantire la sostenibilità economica nel lungo periodo.

BIBLIOGRAFIA e SITOGRAFIA

- A.M.A.T. (2024-2025). *Registro nazionale degli aiuti di Stato*. Consultabile su:
<https://www.amatmarche.net/>
- A.M.A.T. (2024). Bilancio d'esercizio e Nota Integrativa 2024. Associazione Marchigiana Attività teatrali
- A.S.S.O. (s.d.). *Area Culturale*. Consultabile su: https://www.assosimo.it/?page_id=1535
- A.S.S.O. *Bilancio 2021. Dati consultati in archivio.*
- A.S.S.O. *Bilancio 2025. Dati consultati in archivio.*
- Baumol, W.J., & Bowen, W.G. (1966). *Performing Arts: The Economic Dilemma*. New York: Twentieth Century Fund.
- Art Bonus (s.d.). *AMAT - Sostegno alle attività*. Consultabile su:
<https://artbonus.gov.it/1530-amat-sostegno-alle-attivita%3%A0.html>
- Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio. (s.d.). *D.lgs. 42/2004, art.2. D.lgs. 42/2004, art.10.*
- Commissione Franceschini. (1964). Commissione di indagine per la tutela e la valorizzazione del patrimonio storico, archeologico, artistico e del paesaggio. *Legge 26 aprile 1964 n.310*. Tratto da
<https://www.altalex.com/documents/news/2007/01/03/la-nozione-di-bene-culturale-dalla-commissione-franceschini-al-nuovo-codice>
- DCMS- Department for Culture, Media and Sport (2001). *Creative Industries Mapping Document*.
Disponibile su: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>
- Direzione Generale Creatività Contemporanea. (s.d.). *Cultura Cresce*. Tratto da
<https://creativitacontemporanea.cultura.gov.it/pncultura-culturacresce/>
- Direzione Generale Educazione, Ricerca e Istituti . (2021). Piano Nazionale per l'Educazione al patrimonio culturale.
- Direzione Generale per l'Educazione e la Cultura. (2006). *Economia della Cultura*.
- Federculture. (2025, luglio 17). *21° Rapporto Annuale 2025- Impresa e Cultura*. Tratto da https://www.federculture.it/wp-content/uploads/2025/06/Bonisoli_Rapporto2025_DEF_1707.pdf

- FNSV. (s.d.). *Fondo Nazionale per lo Spettacolo dal Vivo*. Tratto da <https://spettacolo.cultura.gov.it/contributi-fnsv-fondo-nazionale-per-lo-spettacolo-dal-vivo/>
- Fondazione Symbola & Unioncamere. (s.d.). *Io sono Cultura 2025. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*. Roma.
- ISTAT. (2025, ottobre 10). Struttura e profili del settore no profit- anno 2023.
- ISTAT. (s.d.). *I consumi delle famiglie: Spese per consumi*.
- MEF. (s.d.). *Bilancio semplificato dello Stato- anno 2025*. Tratto da https://www.rgs.mef.gov.it/VERSIONE-I/attivita_istituzionali/formazione_e_gestione_del_bilancio/bilancio_di_previsione/bilancio_semplificato/
- MIC. (2025, maggio 5). Il sostegno allo spettacolo dal vivo. Consultabile su: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.camera.it/temiap/documentazione/temi/pdf/1480753.pdf?_1774810200024
- Ministero della Cultura. (2024). *Minicifre per la cultura. edizione 2024*.
- Ministero della Cultura. (2025). *Minicifre della Cultura - edizione 2025*.
- Ministero della Cultura. (s.d.). D.M. n. 56 del 6 marzo 2025 art.1.
- Musgrave, R. A. (1959). *The Theory of Public Finance*. New York: McGraw-Hill.
- Nomisma. (2025). *ARENA OPERA FESTIVAL: SOCIO-ECONOMIC IMPACT ASSESSMENT*.
- L'Accademia d'Arte Lirica di Osimo (s.d.). *La storia*. Tratto da <https://www.accademiailiricaosimo.com/la-storia/>.
- SIAE. (2024). *RAPPORTO SIAE 2024- tutti i numeri dello Spettacolo in Italia*.
- Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Trimarchi, M. (1993). *Economia e Cultura*. Franco Angeli.
- UNESCO. (s.d.). Tratto da Patrimonio Culturale Immateriale: <https://www.unesco.it/it/iniziative-dellunesco/patrimonio-culturale-immateriale/>
- UNESCO. (2003, ottobre 17). Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale. Parigi.
- Walter, B. (1966). *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica. Arte e società di massa*. Torino: Einaudi.