



ECONOMIA DEL PAESE E VITA DEGLI ITALIANI

*Gli italiani
e la cultura*

INDAGINE DEMOSCOPICA SU TEMI DI ATTUALITÀ
10° WAVE

Documento del 13 dicembre 2023 – Riservato a CGIL

INDICE

Premessa e obiettivi del rapporto	pag. 4
La metodologia dell'indagine	pag.5-6
Nota metodologica in sintesi	pag. 7
Composizione del campione	pag. 8
Glossario	pag. 9
I risultati	pag. 10-26
Sintesi dei risultati	pag. 27-29

PREMESSE METODOLOGICHE E OBIETTIVI DEL RAPPORTO



PREMESSA E OBIETTIVI DEL RAPPORTO

Il presente studio si propone di valutare continuamente, attraverso indagini demoscopiche condotte sulla popolazione italiana di 18 anni e oltre, il parere dell'opinione pubblica su argomenti socio-economici di attualità scelti, di volta in volta, in collaborazione con il committente.

In particolare, l'indagine rappresentata nel presente rapporto (la n. 10 delle 10 previste per il 2023) è focalizzata sul tema della Cultura.

LA METODOLOGIA D'INDAGINE (1/2)

Lo studio si base su un'indagine demoscopica (o indagine campionaria), ossia sulla somministrazione di alcune domande, attraverso un questionario strutturato, ad un insieme di persone (detto anche campione) rappresentativo della popolazione italiana di età superiore a 18 anni (detto anche universo di riferimento).

Nel caso di specie, **il campione** (ossia i rispondenti al questionario) è **costituito da circa 800 persone** per ciascuna wave di indagine ed è stratificato, cioè suddiviso in modo tale da **rappresentare nel modo più preciso possibile l'universo di riferimento, ossia la popolazione italiana di età 18+**.

Per essere più precisi, il campione è costituito dal 49% di uomini e dal 51% di donne in quanto anche la popolazione italiana maggiorenne è suddivisa nella medesima proporzione, è costituito dal 10% di persone di età compresa tra 18 e 24 anni in quanto anche per la popolazione italiana i 18-24enni sono circa il 10% del totale e così via secondo le variabili di genere, età, area di residenza (vedi suddivisione dettagliata a pag. 8).

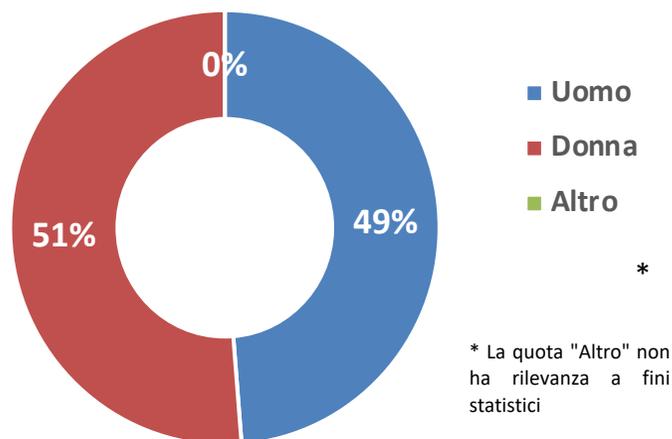
Gli 800 rispondenti per ciascuna wave sono estratti in maniera casuale da un panel, ossia da un insieme più ampio di persone (rappresentativo della popolazione) di cui si detengono i nominativi e il contatto. **Il panel è costituito da oltre 150.000 individui.** In ogni wave il **campione**, nei limiti del possibile, è **indipendente, ossia composto da individui non intervistati in precedenza.**

Le interviste sono realizzate con la **metodologia CAWI (Computer Aided Web Interviewing)** mediante piattaforma web. Si tratta di un sistema d'intervista nel quale le domande vengono somministrate a distanza attraverso un'interfaccia web e le risposte vengono direttamente inserite a sistema dall'intervistato. Tale metodologia non richiede la presenza di intervistatori (riducendo così la possibilità d'influenzare le risposte degli intervistati) e consente la supervisione in itinere dell'indagine. **La partecipazione avviene su base volontaria, è gratuita ed anonima.**

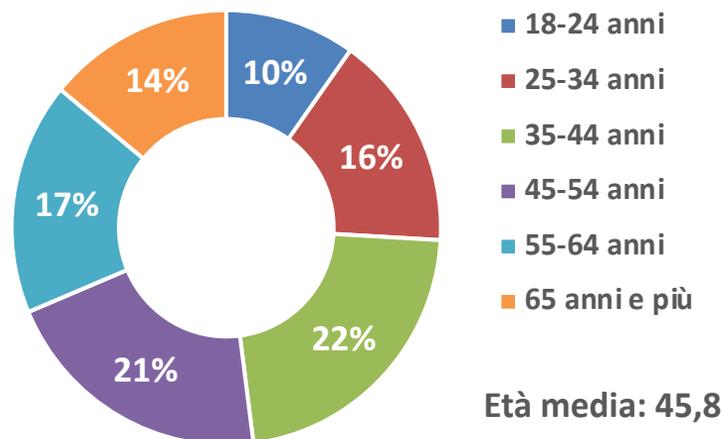
Le risposte all'intervista vengono successivamente elaborate e rappresentate in forma aggregata nel report che viene consegnato al cliente.

CHI SONO GLI INTERVISTATI? COMPOSIZIONE DEL CAMPIONE

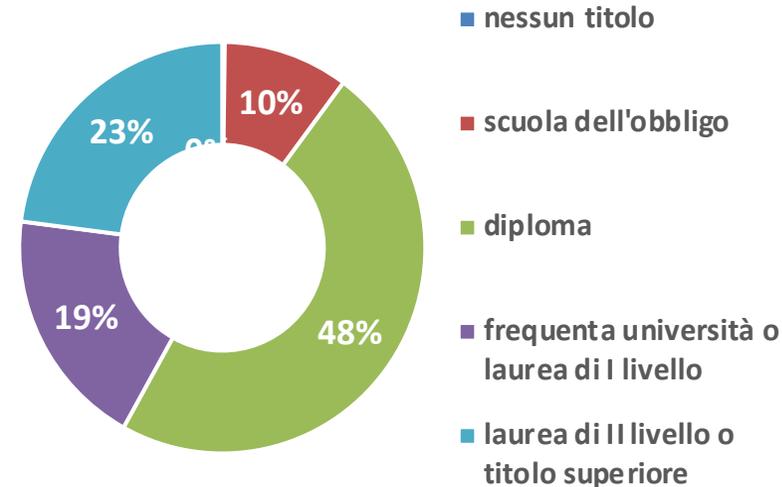
Genere



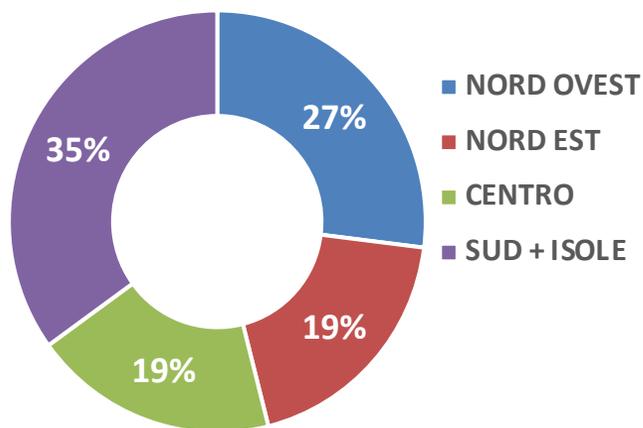
Età



Titolo di studio



Area geografica



Occupazione

Imprenditore	2%	Impiegato nel settore pubblico	7%
Libero professionista iscritto ad un albo	4%	Impiegato nel settore privato	22%
Lavoratore autonomo	5%	Operaio (e assimilati) nel settore pubblico	1%
Commerciante/Artigiano	2%	Operaio (e assimilati) nel settore privato	9%
Socio di cooperativa di lavoro/produzione	0,3%	Altro occupato	1%
Agricoltore conduttore	0,4%	Percepisce la pensione, ma svolge ancora attività lavorativa	0,1%
Dirigente nel settore pubblico	2%	Pensionato - non svolge attività lavorativa	11%
Dirigente nel settore privato	1%	Casalinga	11%
Quadro direttivo nel settore pubblico	1%	Studente	7%
Quadro direttivo nel settore privato	3%	Disoccupato/in cerca di prima occupazione	4%
Insegnante/docente	4%	Altro non occupato	2%

Base: Totale intervistati (800 casi)

NOTA METODOLOGICA: ELEMENTI BASE DELLA RILEVAZIONE

UNIVERSO DI RIFERIMENTO

Popolazione di età superiore a 18 anni

CAMPIONE

Sono state realizzate 800 interviste. Il campione è **rappresentativo della popolazione + 18 anni con accesso a Internet**

METODOLOGIA DI RILEVAZIONE

L'indagine è stata condotta attraverso questionari autocompilati online su panel web. I nominativi degli individui da intervistare sono stati estratti con criterio casuale

PERIODO DI RILEVAZIONE

Le interviste sono state realizzate dal 4 al 7 Dicembre 2023.

Di seguito riportiamo le classificazioni che abbiamo utilizzato nell'ambito dello studio e del presente rapporto.

SITUAZIONE FINANZIARIA DELLA FAMIGLIA

1. Grave difficoltà economica: l'intervistato deve fare debiti o deve chiedere aiuto alla propria famiglia/amici (cod 1/2 a DOM H)
2. Parziale difficoltà economica: l'intervistato deve prelevare dai propri risparmi o il salario e la pensione permettono solo di arrivare a fine mese (cod 3/4 a DOM H)
3. Modesti risparmi: l'intervistato riesce a risparmiare non oltre il 10% delle proprie entrate mensili (cod 5 a DOM H)
4. Risparmi di una certa entità: l'intervistato riesce a risparmiare oltre il 10% delle proprie entrate mensili (cod 6 a DOM H)

PROFESSIONE

- Partita IVA: Libero professionista iscritto ad un albo/Lavoratore autonomo/Commerciante/Artigiano (cod 2/3/4/5 a DOM E)
- Colletti Blu: Artigiano/Agricoltore Conduttore/Operaio o assimilato nel settore pubblico o privato (cod 5/7/16/17 a DOM E)
- Colletti Bianchi: Dirigente nel settore pubblico o privato/Quadro direttivo nel settore pubblico o privato/Insegnante o Docente nella scuola o università pubblica o privata (cod 8/9/10/11/12/13 a DOM E)
- Lavoratori dei servizi: Impiegato nel settore pubblico o privato (cod. 14/15 a DOM E)
- Altre Occupazioni: Socio di cooperativa di produzione lavoro o produzione/Altri occupati/Percepisce la pensione, ma svolge ancora attività lavorativa (cod. 6/18/19 a DOM E)
- Non Occupati: Pensionato/ Non svolge attività lavorativa/Casalinga/Studente/Disoccupato/in cerca di prima occupazione/Altri non occupati (cod. 20-24 a DOM E)

LA SITUAZIONE ECONOMICA DEGLI ITALIANI

L'anno si chiude con il 52% degli intervistati che dichiara di avere moderate o gravi difficoltà economiche.

DATI IN PERCENTUALE

DH - Quale di queste frasi descrive meglio l'attuale situazione finanziaria della sua famiglia?

■ Preferisco non rispondere

■ Riesco a risparmiare oltre il 10% delle mie entrate mensili

■ Riesco a risparmiare non oltre il 10% delle mie entrate mensili

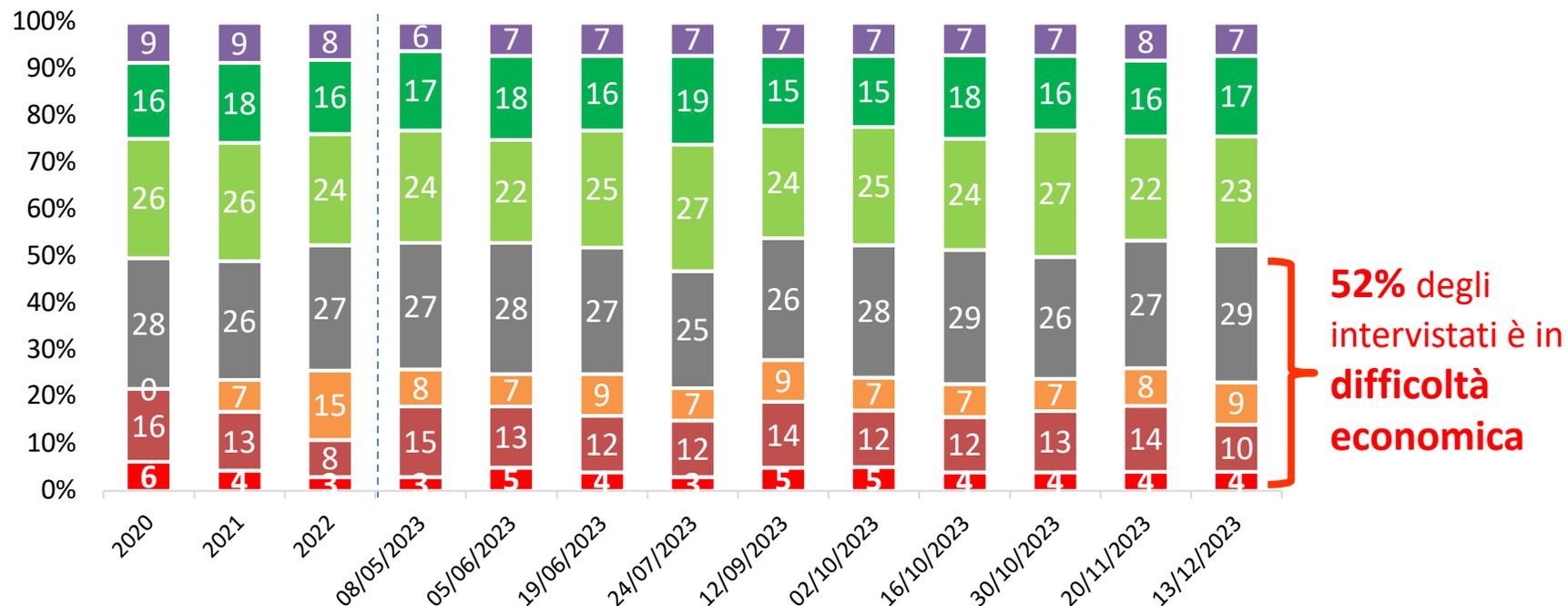
■ Il mio salario o la mia pensione mi permettono solo di arrivare a fine mese

■ Devo chiedere aiuto/denaro alla mia famiglia o ai miei amici più stretti per andare avanti

■ Devo prelevare dai miei risparmi

■ Devo fare debiti

Situazione economica delle famiglie italiane



Base: Totale intervistati (800 casi)

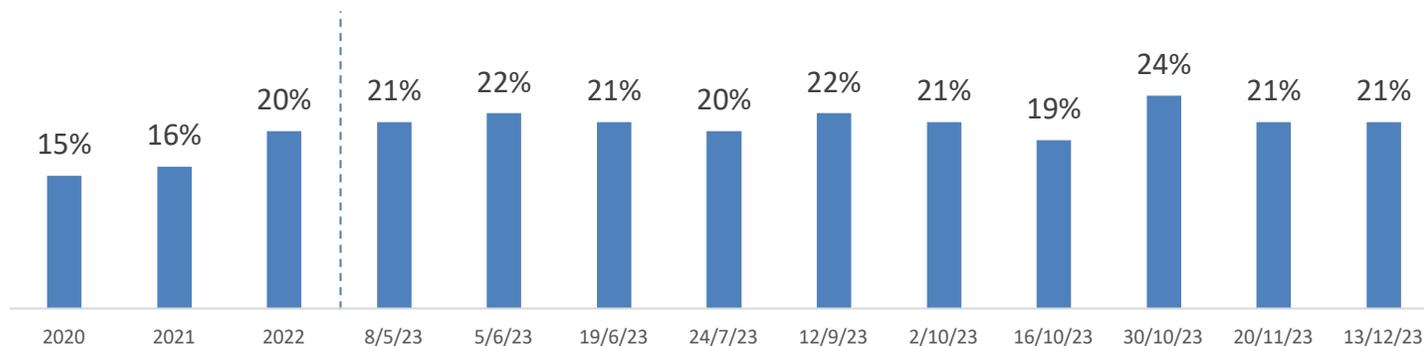
GLI ISCRITTI AL SINDACATO E LA QUOTA DI MERCATO DI CGIL

Gli iscritti ai sindacati sono stabili al 21%, con il 39% degli iscritti alla CGIL.

DATI IN PERCENTUALE

DL – Lei è iscritto/a a un sindacato? Se sì, a quale?

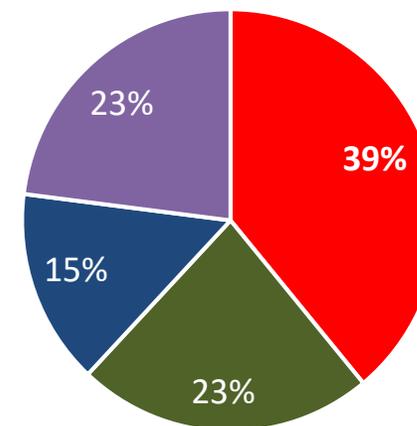
% di intervistati iscritti al Sindacato



NB: Il fatto che la quota di iscritti al Sindacato presenti delle variazioni di mese in mese non significa necessariamente che nel breve periodo gli iscritti siano aumentati o siano in diminuzione a livello assoluto in Italia, ma solo che è aumentata/diminuita la percentuale di iscritti tra quanti hanno partecipato liberamente al sondaggio

Base: Totale intervistati (800 casi)

Isritti al Sindacato



■ CGIL ■ CISL ■ UIL ■ Altri

Base: Isritti al sindacato, 154 casi

LO STUDIO NEL DETTAGLIO

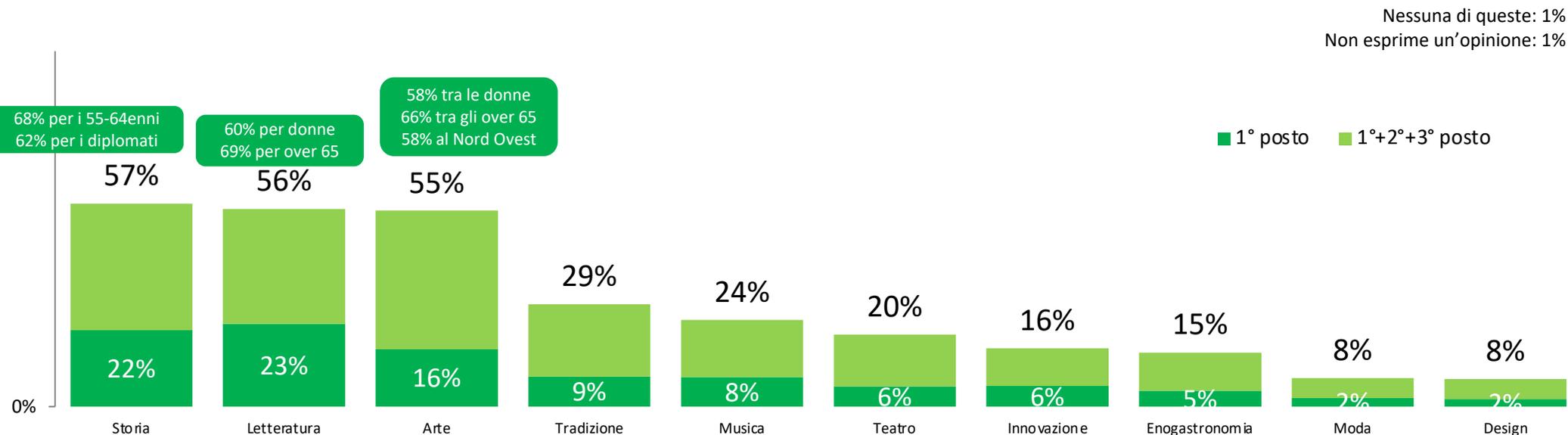


ASPETTI ASSOCIATI ALLA CULTURA

La storia, la letteratura e l'arte sono i tre ambiti più associati al concetto di cultura. Decisamente meno citati la tradizione, la musica e il teatro, mentre moda e design sembrano quasi del tutto estranei al concetto di cultura.

DATI IN PERCENTUALE

D1 Parliamo di Cultura, intesa come l'insieme di conoscenze, linguaggi, abitudini e altri elementi, condivisi da un gruppo di persone, che caratterizzano una comunità o una società. Quale dei seguenti aspetti Lei associa alla cultura? Inserisca al massimo 3 risposte



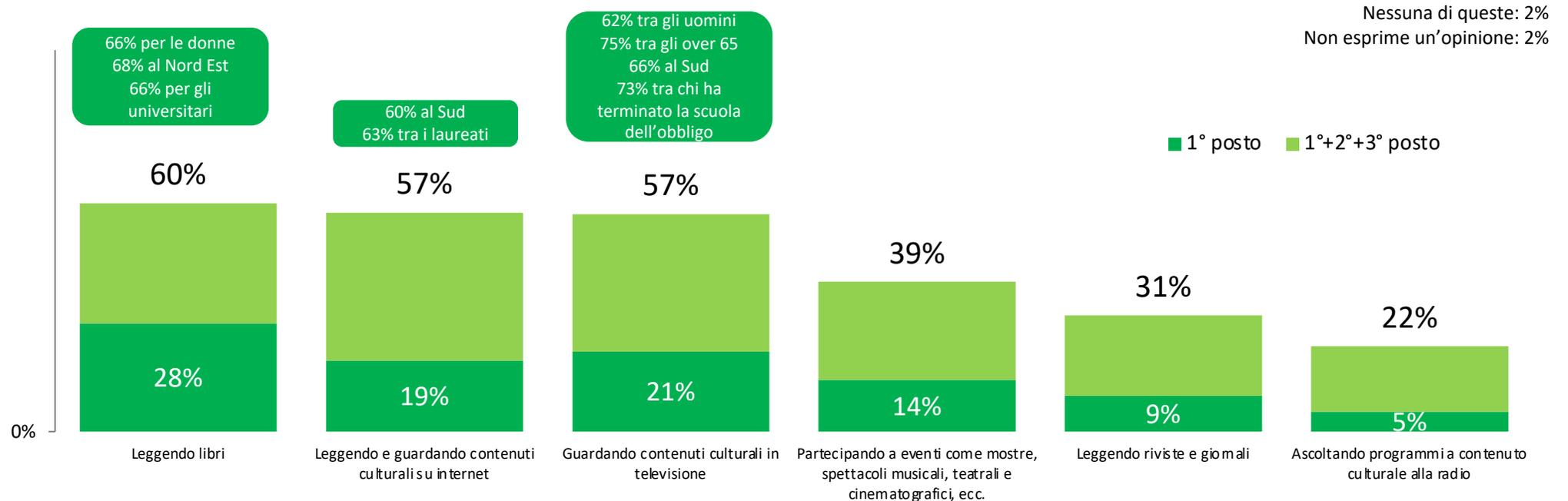
Base: Totale intervistati (800 casi)

FONTI DI ACCESSO ALLA CULTURA

Le principali fonti di accesso alla cultura sono rappresentate dai libri, citati da 6 intervistati su 10. A pari merito vengono invece citati la TV e Internet, che seguono al secondo posto. La partecipazione ad eventi culturali interessa poco meno del 40% del campione, mentre la lettura di giornali e l'ascolto alla radio di programmi culturali hanno un'eco più limitata.

DATI IN PERCENTUALE

D2 Generalmente come accede a temi legati alla cultura? Inserisca al massimo 3 risposte



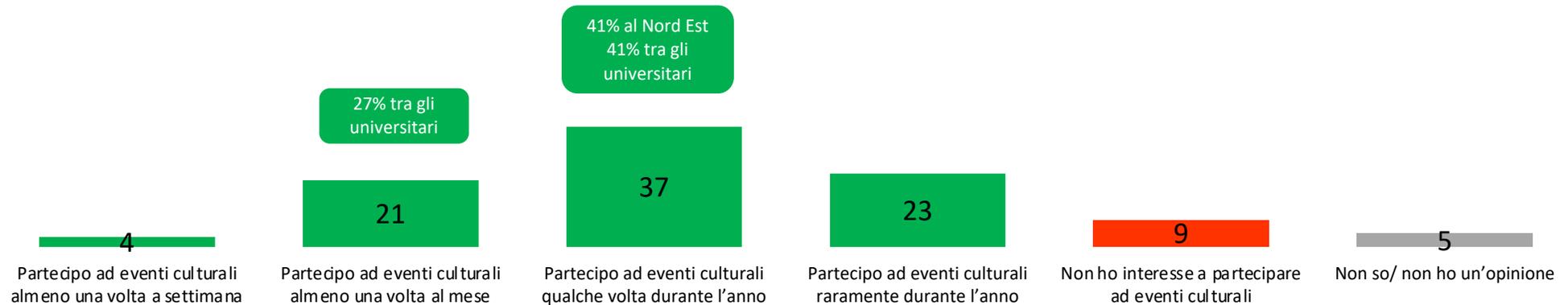
Base: Totale intervistati (800 casi)

FREQUENZA DI PARTECIPAZIONE AD EVENTI CULTURALI

L'85% circa del campione è interessato a partecipare a eventi culturali durante l'anno. Solo il 25% però partecipa assiduamente. Per il 60% la partecipazione è più sporadica.

DATI IN PERCENTUALE

D3 Con quale frequenza partecipa ad eventi culturali (mostre, concerti, spettacoli teatrali, ecc)?



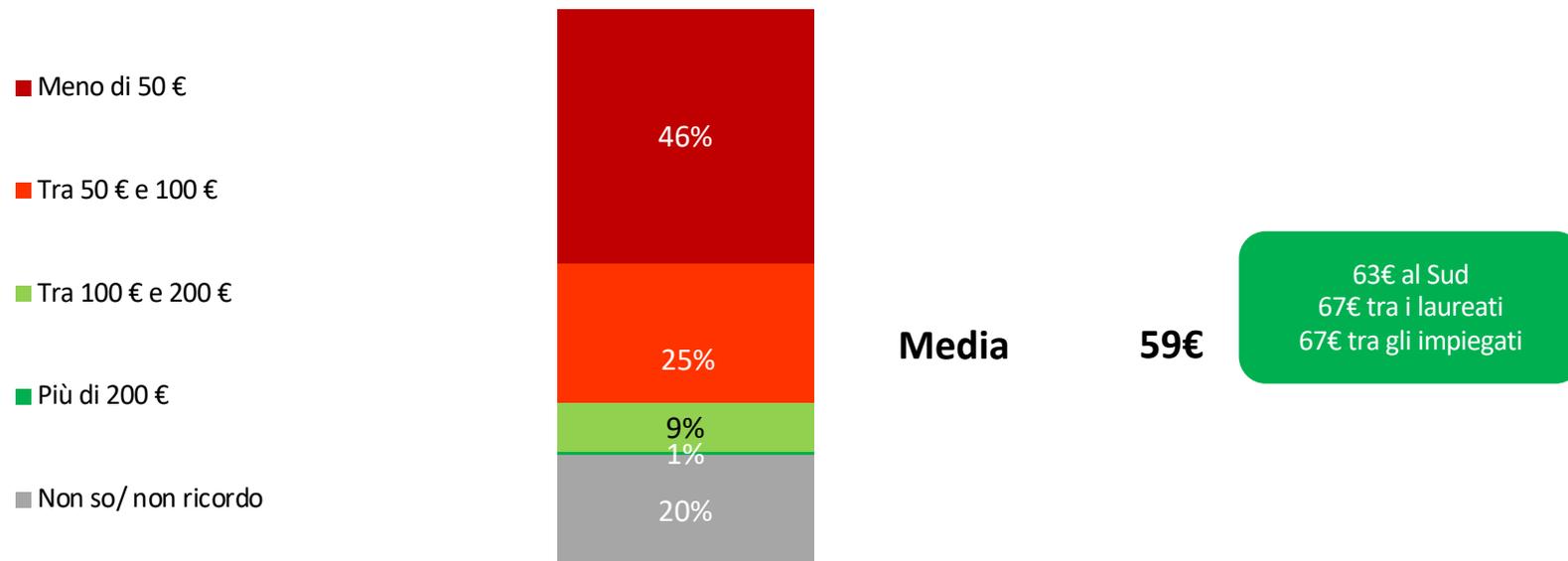
Base: Totale intervistati (800 casi)

LA SPESA MEDIA MENSILE PER EVENTI CULTURALI

La spesa media mensile per la partecipazione ad eventi culturali si aggira intorno ai 60€. Solo il 10% degli intervistati spende più di 100€. La spesa è più elevata al Sud, tra i laureati e gli impiegati.

DATI IN PERCENTUALE

D4 Quanto spende mensilmente per partecipare ad eventi culturali?



Base: Totale intervistati (800 casi)

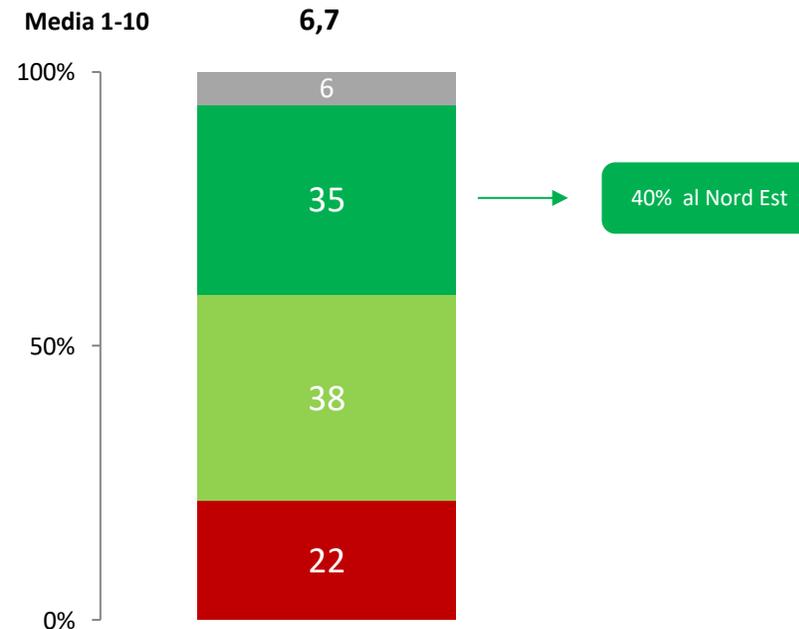
SODDISFAZIONE RELATIVA ALL'OFFERTA CULTURALE DELLA PROPRIA REGIONE

L'offerta culturale regionale genera una soddisfazione media, con oltre 1/3 del campione di pienamente soddisfatti. Il dato sale al 40% al Nord Est.

DATI IN PERCENTUALE

D5 In una scala da 1 a 10, in cui 1 indica per nulla e 10 indica totalmente, quanto è soddisfatto dell'offerta culturale presente nella sua regione?

- non risponde
- voti 8-10 - Totalmente
- voti 6-7
- voti 1-5 - Per nulla



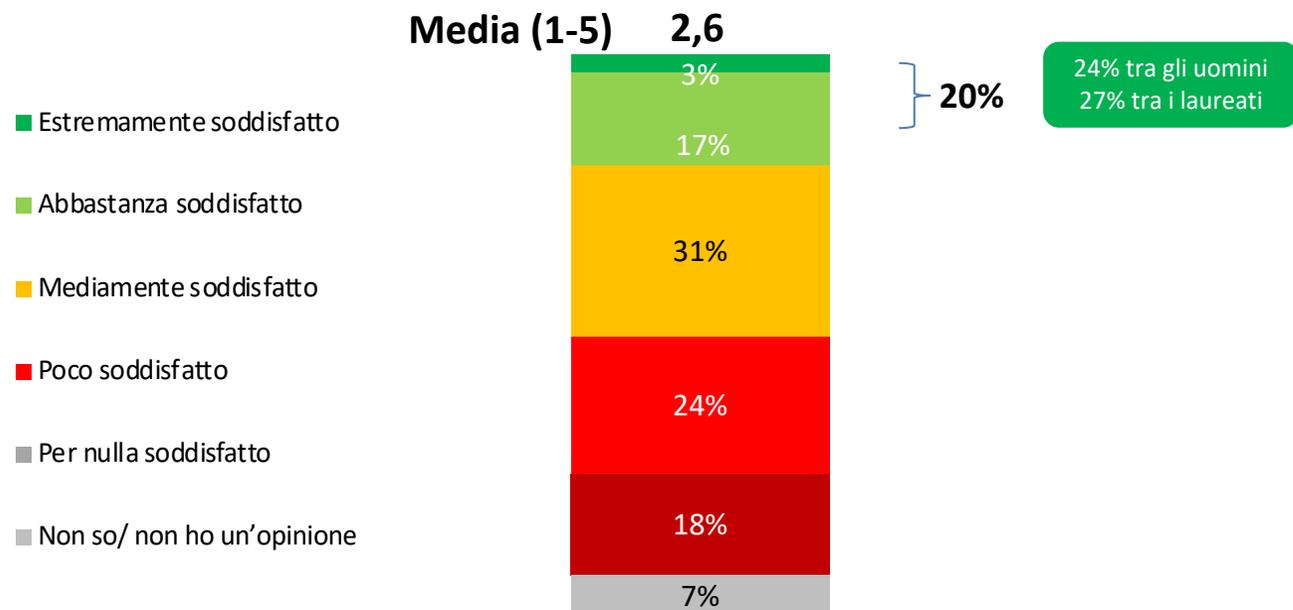
Base: Totale intervistati (800 casi)

SODDISFAZIONE RISPETTO ALL'OPERATO DEL GOVERNO A SOSTEGNO DELLA CULTURA

Il campione è molto critico nei confronti del Governo: il suo operato a sostegno della cultura è piuttosto deludente. Solo il 20% è soddisfatto. Oltre il 40% del campione è invece fortemente scontento.

DATI IN PERCENTUALE

D6 Qual è il suo livello di soddisfazione rispetto all'operato del Governo attuale in materia di sostegno e valorizzazione della cultura?



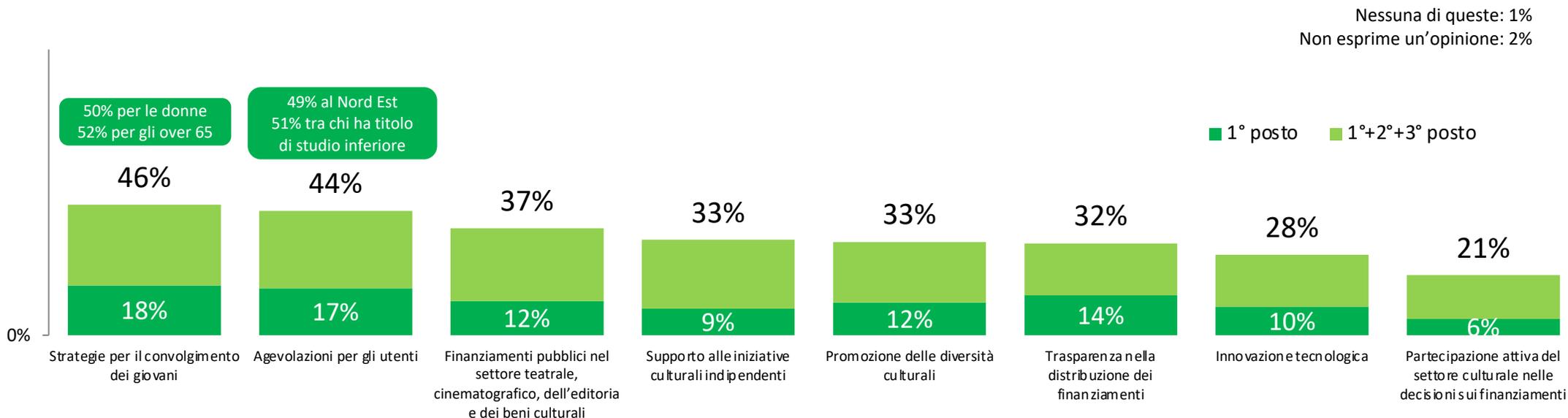
Base: Totale intervistati (800 casi)

ASPETTI CHE IL GOVERNO DOVREBBE IMPLEMENTARE IN TEMA DI CULTURA

Molti sono gli aspetti a cui il Governo dovrebbe volgere la propria attenzione. I tre che emergono con maggiore forza riguardano le strategie per il coinvolgimento dei giovani nel mondo della cultura, le agevolazioni per gli utenti, i finanziamenti al settore teatrale, cinematografico, editoriale e dei beni culturali.

DATI IN PERCENTUALE

D7 Quali dei seguenti aspetti in tema di cultura ritiene debbano essere implementati dall'attuale Governo? Inserisca al massimo 3 risposte



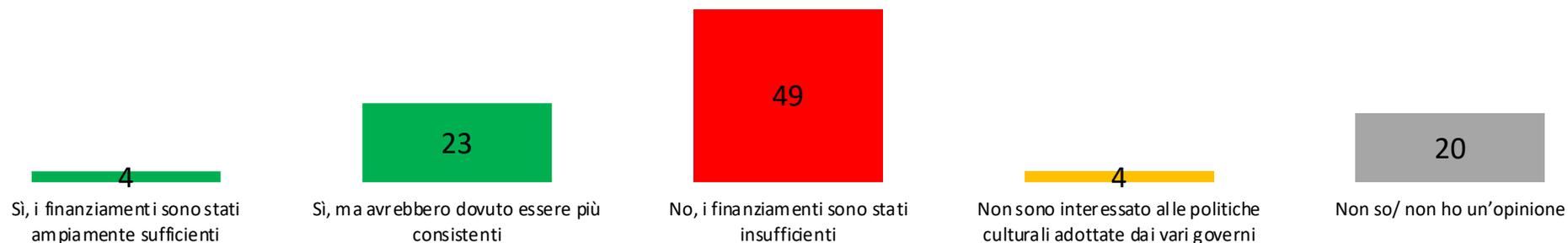
Base: Totale intervistati (800 casi)

I FINANZIAMENTI A FAVORE DELLA CULTURA DEGLI ULTIMI 5 ANNI

Il 20% del campione non prende posizione in merito a un tema, che forse conosce poco.
Del restante 80%, oltre la metà afferma che i finanziamenti a favore della cultura sono insufficienti.

DATI IN PERCENTUALE

D8 Nel corso degli ultimi 5 anni ritiene che i finanziamenti destinati alla cultura siano stati adeguati?



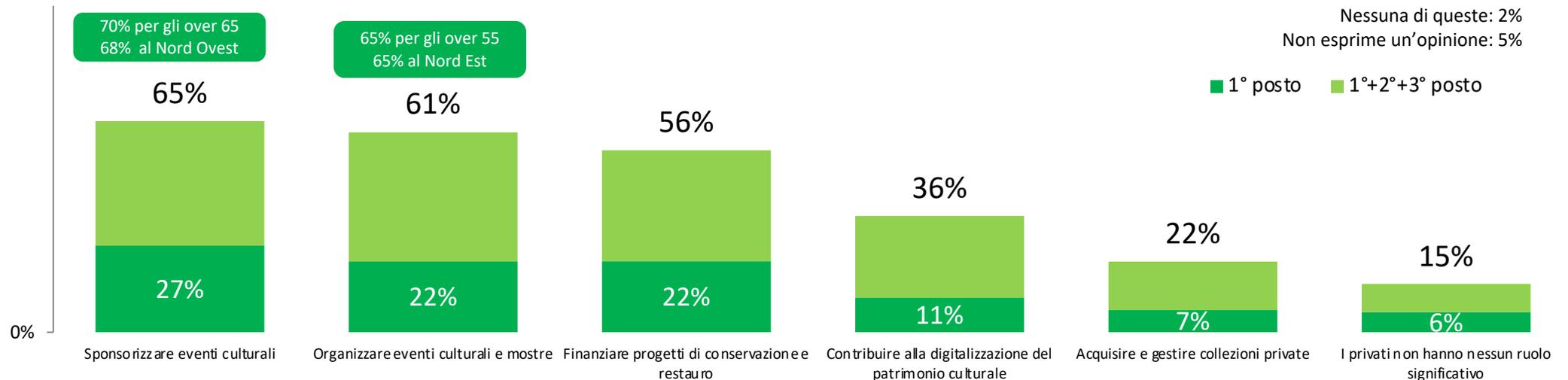
Base: Totale intervistati (800 casi)

IL RUOLO DEI PRIVATI NELLA TUTELA E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI

Ai privati è chiesto soprattutto un supporto economico nella sponsorizzazione e organizzazione di eventi culturali. Altrettanto importante è il finanziamento di progetti di conservazione e restauro del patrimonio culturale.

DATI IN PERCENTUALE

D9 Con specifico riferimento alla tutela e valorizzazione dei beni culturali, quali ruoli dovrebbero rivestire i privati? Inserisca al massimo 3 risposte



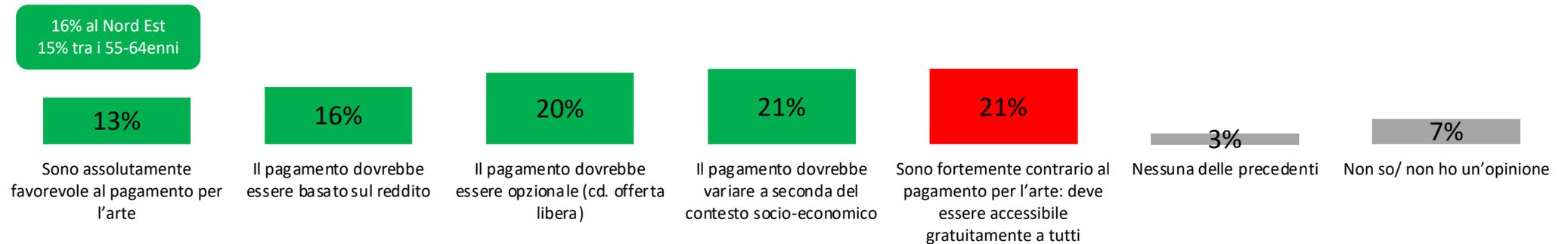
Base: Totale intervistati (800 casi)

L' «ARTE A PAGAMENTO»

Complessivamente circa il 70% del campione è favorevole alla fruizione dell'arte a pagamento. Tale contributo però va modulato nelle modalità (volontario vs imposto) e nella quantità (in base al reddito o al contesto socio-economico).

DATI IN PERCENTUALE

D10 Un altro tema legato alla Cultura è quello dell' «arte a pagamento». Qual è la Sua opinione circa l'idea che l'arte debba essere fruibile a pagamento?



Base: Totale intervistati (800 casi)

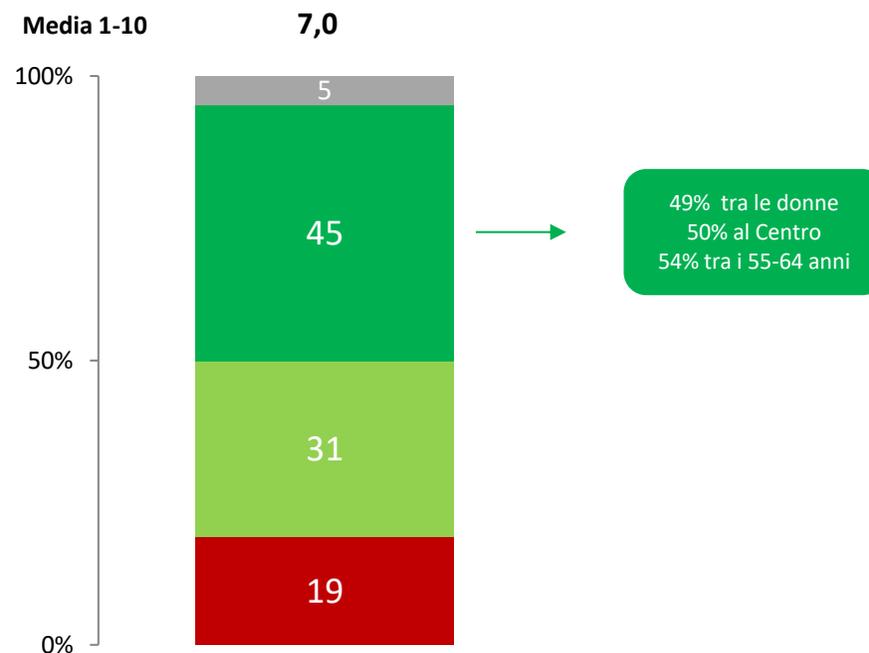
I LIMITI ALLO SVILUPPO CULTURALE DELL' «ARTE A PAGAMENTO»

Per oltre i $\frac{3}{4}$ del campione la fruizione dell'arte a pagamento può rappresentare un limite allo sviluppo culturale.

DATI IN PERCENTUALE

D11 In una scala da 1 a 10, in cui 1 indica per nulla e 10 indica totalmente, in che misura l'arte a pagamento può limitare lo sviluppo culturale?

- non risponde
- voti 8-10 - Totalmente
- voti 6-7
- voti 1-5 - Per nulla



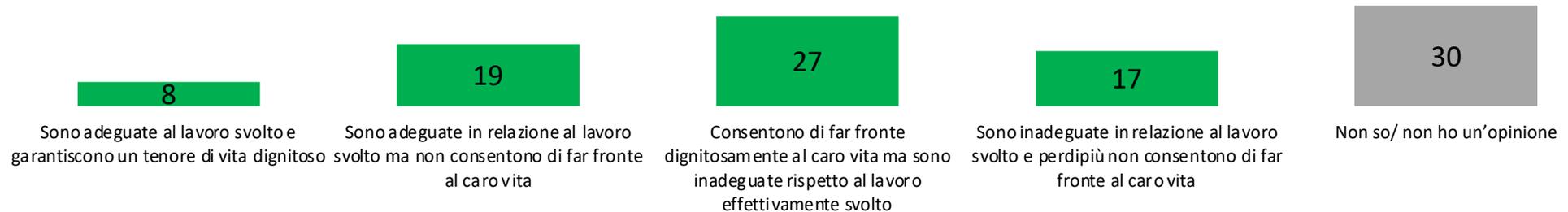
Base: Totale intervistati (800 casi)

LE RETRIBUZIONI DEGLI OPERATORI CULTURALI

Un intervistato su tre non si esprime in merito alle retribuzioni degli operatori culturali. Tra coloro che esprimono un'opinione, il sentimento più diffuso è quello secondo il quale le retribuzioni di chi opera nella cultura fanno fronte al caro vita, ma non siano comunque adeguate al lavoro effettivamente svolto. Per il 17% gli stipendi non sono né adeguati al lavoro svolto né adatti a far fronte al caro vita.

DATI IN PERCENTUALE

D12 In linea generale come giudica le retribuzioni di coloro che operano nei settori della cultura?



Base: Totale intervistati (800 casi)

IL RUOLO DEI SINDACATI RELATIVAMENTE AL TEMA DELLA CULTURA

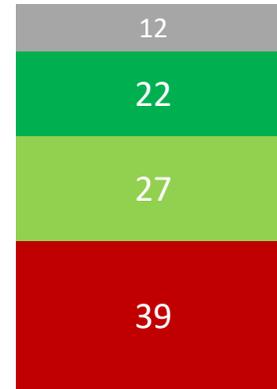
Il ruolo dei sindacati rispetto al tema della cultura è piuttosto contenuto. E' un po' più rilevante agli occhi dei giovani, al Sud e tra i laureati.

DATI IN PERCENTUALE

D13 Con riferimento al tema della Cultura, in una scala da 1 a 10 in cui 1 significa assolutamente marginale e 10 significa assolutamente determinante, quanto giudica importante il ruolo dei sindacati?

- non risponde
- voti 8-10 - Determinante
- voti 6-7
- voti 1-5 - Marginale

Media 1-10



5,5

28% al Sud
26% tra i laureati
25% tra i 18-34 anni

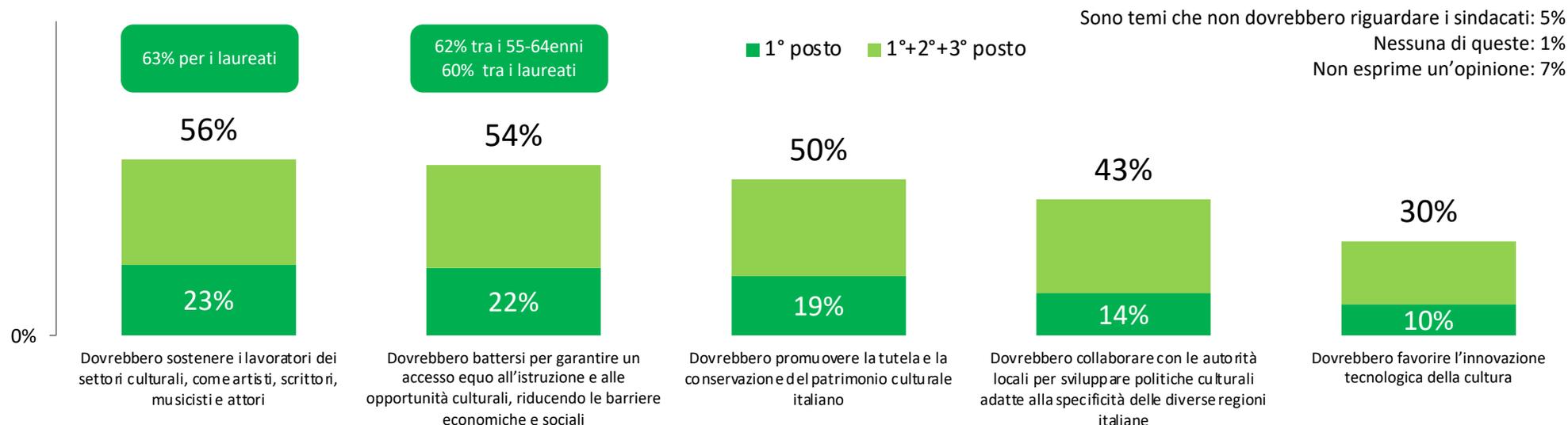
Base: Totale intervistati (800 casi)

PRIORITÀ DEI SINDACATI RELATIVAMENTE AL TEMA DELLA CULTURA

Quando si sollecitano i possibili interventi dei sindacati, molte sono le azioni auspicate: in primis il sostegno ai lavoratori del settore culturale, a seguire la battaglia per garantire un accesso equo all'istruzione e alle opportunità culturali. Un loro intervento è pensato anche in merito alla tutela e conservazione del patrimonio culturale e alla collaborazione con gli enti locali per sviluppare politiche culturali ad hoc.

DATI IN PERCENTUALE

D14 Sempre con riferimento al tema della Cultura a quali dei seguenti aspetti i sindacati dovrebbero dare maggiore priorità? Inserisca al massimo 3 risposte



Base: Totale intervistati (800 casi)

SINTESI DEI RISULTATI



PRINCIPALI CONCLUSIONI EMERSE

- La **storia**, la **letteratura** e l'**arte** sono i tre ambiti più associati al concetto di cultura. La tradizione, la musica e il teatro sono molto meno associati al concetto di cultura, mentre moda e design ne sembrano ancora più lontani. Questo risultato è anche legato al fatto che le principali fonti di accesso alla cultura sono rappresentate dai **libri**, citati da 6 intervistati su 10.
- A pari merito vengono invece citati la **TV e Internet**: il web ha raggiunto la TV nel suo ruolo non solo informativo, ma anche formativo. La partecipazione ad **eventi culturali** interessa poco meno del 40% del campione, ma l'85% circa del campione è interessato a parteciparvi durante l'anno. Solo il 25% però frequenta assiduamente mostre e spettacoli. Per il 60% si tratta di una partecipazione più sporadica.
- La spesa media mensile per la partecipazione ad eventi culturali si aggira intorno ai **60€**. Solo il 10% degli intervistati spende più di 100€.
- L'offerta culturale regionale genera una **soddisfazione media**, sebbene oltre 1/3 del campione si dichiara pienamente soddisfatto. Il dato è particolarmente positivo al Nord Est.
- Gli intervistati mostrano invece un atteggiamento più critico nei confronti del **Governo**: il suo operato a sostegno della cultura è piuttosto deludente. Solo il 20% è soddisfatto. Oltre il 40% del campione è invece fortemente scontento. Molti sono gli aspetti a cui il Governo dovrebbe volgere la propria attenzione. I tre che emergono con maggiore forza riguardano le **strategie per il coinvolgimento dei giovani** nel mondo della cultura, le **agevolazioni** per gli utenti, i **finanziamenti** al settore teatrale, cinematografico, editoriale e dei beni culturali. Infatti oltre il 40% del campione afferma che al momento i finanziamenti a favore della cultura siano insufficienti.
- Complessivamente circa il 70% del campione è favorevole alla **fruizione dell'arte a pagamento**, pur rappresentando per molti un limite allo sviluppo culturale. Tale contributo però va modulato nelle modalità (volontario vs imposto) e nella quantità (in base al reddito o al contesto socio-economico).

PRINCIPALI CONCLUSIONI EMERSE

- Anche l'aiuto dei **privati** è fondamentale: è auspicato infatti un supporto economico nella sponsorizzazione e organizzazione di eventi culturali. Altrettanto importante è il finanziamento di progetti di conservazione e restauro del patrimonio culturale.
- Un intervistato su tre non si esprime in merito alle **retribuzioni degli operatori culturali**. Tra coloro che esprimono un'opinione, il sentimento più diffuso è quello secondo il quale le retribuzioni di chi opera nella cultura fanno fronte al caro vita, ma non siano comunque adeguate al lavoro effettivamente svolto. Per il 17% gli stipendi non sono né adeguati al lavoro svolto né adatti a far fronte al caro vita.
- Qual è il ruolo dei **sindacati**? Il ruolo dei sindacati rispetto al tema della cultura è piuttosto contenuto, ma quando si sollecitano i loro possibili interventi a favore della cultura, molte sono le azioni auspiccate:
 - ✓ Sostenere i lavoratori del settore culturale
 - ✓ Battersi per garantire un accesso equo all'istruzione e alle opportunità culturali
 - ✓ Tutelare e conservare il patrimonio culturale
 - ✓ Collaborare con gli enti locali per sviluppare politiche culturali ad hoc.



Futura SRL
Corso d'Italia, 27 | 00198 Roma

Tutti i diritti sono riservati.

