
Il valore della lettura: risorse, mercato, impatto

Gessica Fulciniti*, Emanuela Macri**, Francesco Samà***

*Università Magna Graecia di Catanzaro, Dipartimento Giurisprudenza, Economia e Sociologia – fulcinitigessica@gmail.com

**Università Magna Graecia di Catanzaro, Dipartimento Giurisprudenza, Economia e Sociologia - emanuela.macri@unicz.it

***Università Magna Graecia di Catanzaro, Dipartimento Giurisprudenza, Economia e Sociologia - f.sama@unicz.it

Sintesi: L'obiettivo del presente lavoro è quello di condividere i dati relativi al progetto di valutazione e monitoraggio messo a punto in occasione della proclamazione di "Vibo Valentia Capitale Italiana del Libro 2021". L'analisi è volta ad indagare sia aspetti socioculturali che economici derivanti dagli eventi connessi al programma messo appunto per la condivisione e valorizzazione della lettura. La valutazione sui risultati è ottenuta con indicatori di tipo qualitativo e quantitativo in modo da dare una visione d'insieme sull'impatto che l'evento ha generato sull'intero territorio.

Abstract: The aim of this paper is to share the data related to the evaluation and monitoring project set up on the occasion of the proclamation of Vibo Valentia Italian Book Capital 2021. The analysis is aimed at investigating both socio-cultural and economic aspects deriving from the events connected to the programme set up for the sharing and enhancement of reading. The assessment of the results is obtained with qualitative and quantitative indicators in order to give an overview of the impact that the event has generated on the entire territory.

Keywords: Vibo Valentia, festival letterari, politiche culturali convergenza regionale, divari di sviluppo.

Jel codes: Z10, C10, R10.

1. Introduzione

I festival letterari sono in grado di far affiorare aspetti culturali, sociali e commerciali che contribuiscono alla promozione di uno sviluppo culturale ed economico sostenibile per i luoghi in cui si svolgono. Ciò è emerso da uno studio condotto sull'*l'Ubud Writers and Readers Festival (UWRF)*, che si tiene ogni anno a Bali in Indonesia. I festival letterari offrono una visione sulle tendenze future in campo letterario in contesto sia nazionale che internazionale. Sono dei luoghi di dibattito pubblico dove i lettori possono scambiare opinioni, condividere questioni sociali e politiche; promuovere scrittori ed editori contribuendo all'aumento delle vendite. Inoltre, possono essere visti come un'importante industria culturale creativa locale, regionale e nazionale attraverso il contributo che danno sul versante dello sviluppo turistico. Si pensi che solo nel Regno Unito ci sono più di 300 festival del libro all'anno, in Australia i festival letterari si svolgono ogni anno nelle principali città di ogni stato e regione, questo perché, contribuiscono non solo al marketing

territoriale ma anche allo scopo culturale, commerciale e sociale. Nonostante questa crescente importanza e ridondanza, sono oggetto di scarsa analisi teorica ed empirica¹.

2. Capitale italiana del Libro.

La Capitale italiana del Libro è un macro-evento finalizzato alla promozione della lettura. Nasce dall'esperienza della Capitale italiana della Cultura, che ha mostrato nelle diverse edizioni la capacità della cultura di mettere in moto meccanismi virtuosi. La proclamazione annuale di una città italiana avviene da parte del Consiglio dei Ministri secondo legge² 13 febbraio 2020, n. 15. Con la dicitura "*Capitale italiana del libro*" si conferisce l'opportunità di sostenere progetti, iniziative e attività per la promozione della lettura con uno stanziamento entro il limite di spesa di 500.000 euro³. Ciò avviene all'esito di un'apposita selezione, svolta secondo modalità definite dal decreto n. 398 del Ministro per i beni e le attività culturali e per il turismo del 10 agosto 2020⁴.

L'intera città si veste di promozione culturale, sostenuta da un impegno dell'amministrazione locale, connessa a un disegno nazionale che si ripete negli anni e che consente di sviluppare una rete replicabile nel tempo grazie alla particolare capacità propositiva della lettura. Il libro viene inteso, non solo nella sua dimensione fisica ma per ciò che rappresenta in termini di contesto culturale e produttivo, storico e architettonico, urbanistico e ambientale⁵.

3. Vibo Valentia Capitale italiana del libro 2021

La città di Vibo Valentia è risultata vincitrice del bando del Mibact "*Capitale italiana del Libro 2021*". Il progetto presentato da Vibo Valentia parte dall'idea di far entrare il libro nella vita delle persone attraverso un vasto programma di diffusione e promozione del libro e della lettura anche al di fuori dei suoi luoghi tradizionali.

Il programma ha visto il coinvolgimento di diverse istituzioni culturali sia a livello territoriale che regionale come: scrittori, antropologi, sociologi, storici, giornalisti, artisti, operatori culturali, musicisti, fondazioni, scuole e università.

L'intento del progetto era quello di valorizzare, attraverso la promozione della lettura, un intero territorio mettendo in dialogo tutte quelle realtà che riescono a lavorare e a adoperarsi per il libro. Ideato durante la pandemia, il programma vede Vibo come una grande libreria a cielo aperto, un salotto letterario dove le tematiche che nascono dai libri vengono poi discusse e dibattute insieme, generando confronto e dibattito.

Tra gli obiettivi dichiarati vi era la diffusione, disseminazione, condivisione e promozione della lettura in tutti gli strati della comunità urbana e territoriale, e della società, oltre alla

1 Throsby, D., Crosby, P., & Zwar, J. (2022). Literary festivals as cultural destinations: the case of the Ubud Writers and Readers Festival. Available at SSRN 4008609.

2 Per approfondimenti si veda <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2020/03/10/20G00023/sg>.

3 <https://biblioteche.cultura.gov.it/it/contributi/Capitale-italiana-libro/>

4 <https://biblioteche.cultura.gov.it/it/documenti/2020-Maggio-Agosto/DM10agosto2020-Capitale-italiana-libro.pdf>

5 Panizzi, G. (2021). Vibo Valentia, Capitale del Libro. *Rivista economica del Mezzogiorno*, 35(1), 251-255.

conseguenziale crescita di consapevolezza, di capitale sociale e di inclusione sociale dei residenti e dei i visitatori esterni.

In occasione della proclamazione di Vibo Valentia come Capitale italiana del Libro 2021, è stato avviato un progetto di valutazione e monitoraggio delle azioni e dei programmi svolti durante la manifestazione in oggetto al fine di documentare lo svolgimento e di valutarne l'efficacia, ovvero, il rapporto tra i risultati raggiunti e gli obiettivi prefissati, nonché, l'impatto sul territorio.

4. Metodologia

La metodologia di ricerca utilizzata è stata realizzata sull'attività di monitoraggio e valutazione con approccio di tipo partecipativo e auto valutativo. L'obiettivo dell'analisi era, tra l'altro, quello di produrre una valutazione sui risultati conseguiti ottenuti con indicatori di tipo qualitativo e quantitativo in modo da dare una visione d'insieme sulla capacità che l'evento ha generato.

Il monitoraggio è stato suddiviso in due fasi: la prima, è consistita nella creazione e successiva somministrazione di questionari ai fruitori degli eventi; la seconda sull'analisi delle ricadute economiche degli eventi organizzati.

Per la prima fase sono state create e predisposte delle domande dal gruppo di lavoro al fine di valutare gli aspetti dal punto di vista socioculturale, evitando di sovrastimare i profili direttamente monetari, oggetto di successiva e apposita analisi. Tra le tipologie possibili di campionamenti non probabilistici, si è scelto di utilizzare quello cosiddetto "di convenienza": il campione è costituito da un gruppo di persone facilmente accessibile, che accetta di compilare i questionari volontariamente⁶. Nello specifico gli eventi realizzati nell'ambito della più ampia manifestazione culturale Vibo Valentia Capitale italiana del Libro 2021, non prevedevano tipologie di ingressi scaglionati (che avrebbero permesso di adottare un metodo statisticamente significativo), né il pagamento di un biglietto (che avrebbe consentito di selezionare a priori la popolazione). La preferenza per l'informalità che è stata una caratteristica di tutti gli eventi ha comportato la sostanziale impossibilità di attuare misurazioni standard e omogenee, il che fa pesare maggiormente i profili qualitativi della fruizione e dell'impatto rispetto a profili quantitativi che peraltro avrebbero fornito informazioni di scarsa rilevanza analitica e interpretativa.

La seconda fase della ricerca era rivolta all'analisi delle ricadute economiche degli eventi organizzati all'interno della manifestazione. Questa fase era strutturata a sua volta in due *step*. Il primo ha riguardato il censimento degli operatori commerciali presenti sul territorio nel comune di Vibo Valentia e provincia. Per la ricerca è stato utilizzato il sito delle Pagine Bianche, Google, il sito ufficiale della Regione Calabria e diverse pagine dei *social network*. Sono stati elaborati dei singoli fogli Excel per ogni categoria di operatore commerciale e a seguito del censimento è stata creata la bozza di una mappa⁷, tramite il *software* MY MAPS, che indica il posizionamento degli operatori sul territorio Vibonese.

6 Corbetta, P. (2014). *Metodologia e tecniche della ricerca sociale* (pp. 283-316). Bologna: il Mulino.

7 Presente in appendice 1

Il secondo passaggio prevedeva delle interviste strutturate con gli operatori commerciali, che dovevano svolgersi alla fine degli eventi. Alla luce però dei risultati non è stato ritenuto scientificamente valido dar corso a questa analisi in quanto solo l'1% dei soggetti che ha preso parte alla compilazione del questionario ha dichiarato di provenire da fuori regione, mentre l'85% proveniva da Vibo o città limitrofe.

4.1 Il questionario.

Il questionario è stato predisposto e distribuito in modalità cartacea⁸. La compilazione era su base volontaria e la compilazione avveniva direttamente nei luoghi dove si svolgevano gli eventi. La somministrazione pratica è stata rimessa agli organizzatori culturali che hanno avuto cura di coinvolgere il pubblico spiegando loro l'importanza della collaborazione.

Il questionario era composto da 15 domande suddivise in 5 sezioni attraverso le quali collezionare le informazioni utili al fine di valutare gli obiettivi di partenza.

La prima sezione era dedicata ai profili sociodemografici dei partecipanti. La seconda era costruita al fine di valutare il coinvolgimento e la capacità della manifestazione di attrarre il pubblico. La terza era rivolta alle abitudini sulla letteratura dei partecipanti, con riferimento anche alla dimensione tecnologica e alla spesa annua in libri, che ha permesso di profilare il pubblico in lettori abituali o occasionali. La quarta sezione direttamente collegata alla precedente, mirata a valutare la propensione e diffusione della lettura proliferata dagli eventi. L'ultima sezione invece era dedicata alle dimensioni del capitale sociale e senso di appartenenza alla comunità.

5. Risultati

I questionari totali compilati, ritenuti validi ai fini dell'analisi, sono stati 187, gli altri distribuiti non sono stati riconsegnati, altri ancora esclusi perché compilati parzialmente o in modo poco appropriato alle finalità dello studio.

⁸ Presente in appendice 2.

5.1 Profili sociodemografici

La tabella 1 illustra i risultati relativi al profilo sociodemografico del campione indagato.

Tabella 1: profili sociodemografici in %

Sesso						
Maschio	Femmina	N/D				
39%	54%	7%				
Fascia d'età						
12-17	18-24	25-34	35-44	45-64	65 e più	
6%	16%	20%	16%	28%	14%	
Professione						
Studente	Dipendente	Autonomo	Pensionato	Disoccupato	Altro	
23%	30%	23%	12%	11%	1%	
Città o Provincia di provenienza						
Vibo Valentia	Vibo Valentia	Catanzaro	Cosenza	Calabria	Crotone	Fuori Regione
Città						
52%	33%	8%	2%	2%	2%	1%

Fonte: Elaborazione degli autori.

Il 54% degli intervistati risulta essere di sesso femminile, questo conferma la tendenza che vede le donne più propense a partecipare ad eventi culturali che si svolgono fuori casa rispetto agli uomini. Il divario però secondo l'Istat⁹ è diminuito, infatti nel 2021 le statistiche a livello nazionale hanno evidenziato che i livelli di partecipazione culturale fuori casa risultano simili tra i due sessi.

Per quanto riguarda la fascia di età¹⁰ degli intervistati che hanno presenziato agli eventi, emerge che il 6% dei partecipanti aveva un'età compresa tra i 12 e i 17 anni. Alcune analisi condotte a livello nazionale¹¹ hanno messo in evidenza, appunto come tra i giovani, ci sia stato negli ultimi anni un aumento nel disinteresse verso alcune attività di carattere culturale. Da tale analisi, il gruppo di ricerca giunge alla considerazione che le nuove generazioni partecipano culturalmente di meno perché è probabile che siano cambiati i paradigmi e i modelli di riferimento per definire la partecipazione culturale. I giovani del presente, dunque, potrebbero caratterizzarsi semplicemente per altri tipi di consumi ricreativi non riconducibili a quelli tradizionali.

Per la professione, si registra un picco del 30% tra i dipendenti e percentuali simili tra studenti e liberi professionisti ($\approx 23\%$), i meno disposti a partecipare alle manifestazioni, sono stati i pensionati ($\approx 12\%$) e disoccupati ($\approx 11\%$). È probabile che la partecipazione sia stata influenzata anche da dalle fasce orarie e dai luoghi in cui si svolgevano gli eventi.

La sezione sociodemografica si chiudeva con la domanda relativa alla provenienza degli intervistati. Il 52% degli intervistati proveniva dalla stessa città di Vibo mentre il 33% dalla relativa Provincia.

⁹ https://www.istat.it/it/files//2022/09/Tempo-libero-e-partecipazione-culturale_Ebook.pdf

¹⁰ Le fasce di età sono state composte sulla base dei raggruppamenti utilizzati dall' ISTAT.

¹¹ https://www.istat.it/it/files//2022/09/Tempo-libero-e-partecipazione-culturale_Ebook.pdf

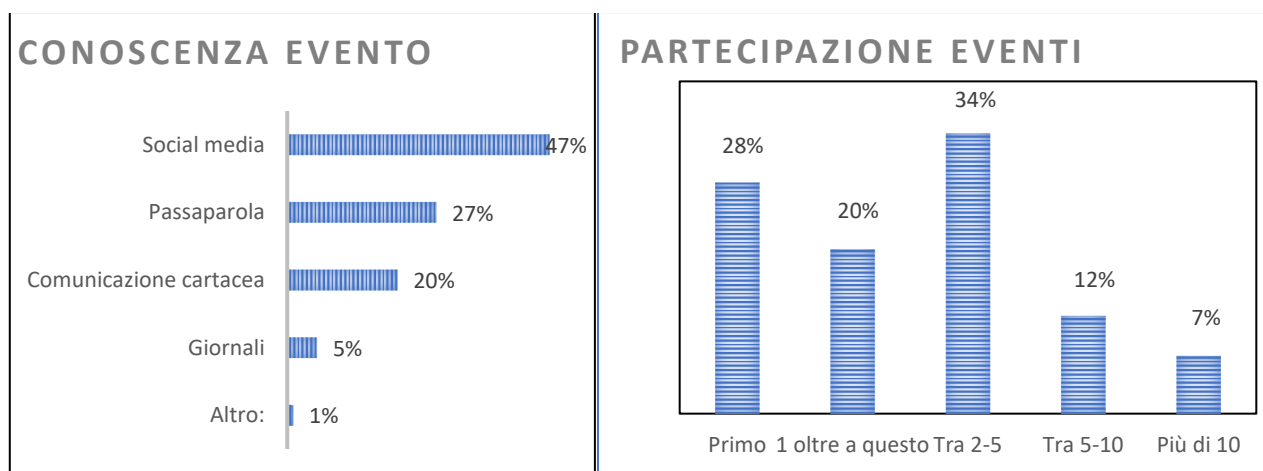
Scarsa la partecipazione dalle altre province calabresi (Catanzaro l'8%, Cosenza, Reggio e Crotona il 2%). Solo l'1% dei partecipanti proveniva da altre regioni. Il gruppo di ricerca riflette che ciò sia dovuto al fatto che la Calabria sia poco attrattiva e fuori dai circuiti dei grandi eventi culturali che ogni anno attirano migliaia di visitatori in giro per l'Italia.

5.2 Coinvolgimento e capacità della manifestazione di attrarre il pubblico.

La seconda sezione del questionario voleva comprendere in che modo gli intervistati fossero venuti a conoscenza dell'evento al quale stavano partecipando e alla capacità dell'evento di attrarre partecipanti (grafico 1).

I social media sono stati il mezzo rivelante e predominante di condivisione delle informazioni; infatti, il 47% è venuto a conoscenza delle manifestazioni attraverso i vari canali *social* quali *Facebook*, *Instagram*, *Tik-Tok*, etc. Anche il passaparola ha avuto la sua importanza, attestandosi al 20%. Ciò che non ha sorpreso l'analisi dei dati è stato constatare la scarsa capacità che i giornali cartacei hanno di veicolare informazioni pubblicitarie, data la flessione nelle vendite che ha registrato il comparto.

Grafico 1: Conoscenza e partecipazione agli eventi, incontri, presentazioni e altre manifestazioni nell'ambito del programma di Vibo Capitale del Libro.



Fonte: Elaborazione degli autori.

Relativamente alla partecipazione all'evento (il questionario veniva somministrato di volta in volta nel singolo evento) il 34% rispondeva di aver partecipato già tra le 2 e le 5 volte, mentre il 28% era alla prima esperienza. Complessivamente il 19% aveva partecipato da 5 a più di 10 eventi.

5.3 Abitudini sulla lettura e spesa media annua

La tabella 2 riporta i dati relativi alla terza parte del questionario volta ad indagare le abitudini sulla letteratura dei partecipanti, con riferimento anche alla dimensione tecnologica e alla spesa annua.

Tabella 2: Abitudini sulla lettura e spesa media annua in %

Libri letti				
Tra 1-5	Tra 5-10	Tra 10-15	Tra 15-20	Più di 20
23%	28%	20%	17%	12%
Categoria libro				
Saggistica	Narrativa	Poetica	Altro: Triller	Altro
45%	38%	11%	1%	5%
Supporto libro				
Cartaceo	Audiolibro	E-book		
73%	5%	22%		
Spesa in libri				
Tra 0-50€	Tra 50-100€	Tra 100-150€	Tra 15-2000€	Più di 200€
25%	29%	26%	14%	6%

Fonte: Elaborazione degli autori.

Per quanto riguarda il numero di libri letti in media in un anno, il 28% dichiarava di leggere tra 5 e 10 libri, mentre il 23% tra 1 e 5. Dalla tabella 2 si osserva, inoltre, una percentuale via via minore al crescere del numero di libri letti, fino ad arrivare al 12% per la fascia “più di 20”. Agli occhi dei valutatori il dato può essere considerato interessante, in quanto dimostra che la lettura è attrattiva, un’attività caratterizzata da continuità, sistematicità e per molti versi progressività.

Per quanto riguarda la tipologia dei libri letti, il genere preferito è la saggistica con il 45%, seguito dalla narrativa con il 38%. La predilezione al genere saggistica suggerisce che con ogni probabilità, è preferito non soltanto dagli addetti ai lavori ma anche alle diverse discipline.

Il quesito sulla dimensione digitale va interpretato alla luce della discussione ormai consolidata tra i difensori del libro cartaceo e coloro che attribuiscono prevalenza al contenuto e non al supporto fisico. Per quanto riguarda l'utilizzo del libro digitale, solo il 22% lo indica come supporto prevalente per la lettura, mentre il 73% preferisce il cartaceo. Va rilevato che con ogni probabilità la prevalenza di lettura cartacea è dovuta alla specificità del rapporto con il tempo di un territorio mediterraneo, e alla prevalenza di attività stanziali tra i residenti, che viaggiando solo occasionalmente non hanno bisogno di ricorrere al supporto digitale.

La spesa media annua per l’acquisto di libri è tra 50-100 euro corrispondente al 29% degli intervistati, seguita da 100-150 euro annui per il 26%. Rimane alta anche la percentuale di coloro i quali spendono da 0 a 50 euro (25%), e molto bassa (6%) quelli che spendono più di 200 euro.

5.4 Propensione alla lettura e alle attività culturali generata dalla manifestazione.

I partecipanti nel corso dell'evento avevano la possibilità di acquistare il libro presentato e qui i dati dimostrano che solo il 3% degli intervistati risponde di essere stato interessato all'acquisto di tantissimi libri mentre il 44% risponde pochi. Il 22% risponde nessuno e il 31% risponde tanti (tabella 3).

Tabella 3: Propensione alla lettura e alle attività culturali generate dagli eventi in %

Libri da acquistare				
Nessuno	Pochi	Tanti	Tantissimi	
22%	44%	31%	3%	

Aumento propensione Lettura				
Per niente	Poco	Abbastanza	Molto	Moltissimo
5%	14%	37%	26%	18%

Influenza attività culturali				
Lettura	Cultura sul web	Musei/Patr culturale	Teatro/Cinema/Musica	Nes- suna
65%	18%	9%	5%	4%

Fonte: Elaborazione degli autori.

Il dato è stato interpretato in modi diversi: da una parte chi manifesta interesse per l'acquisto di libri può aver ricevuto informazioni e stimoli specifici dagli eventi stessi; dall'altra parte chi si dichiara poco interessato, soprattutto asserendo di volerne acquistare pochi, sta sostanzialmente affermando di essere un lettore abituale e pertanto dotato di una aspettativa di qualità piuttosto forte a causa dell'esperienza. In sostanza risulta davvero difficile ipotizzare che chi dichiara di voler acquistare più libri sia più colto o semplicemente più appassionato.

Probabilmente i rispondenti che appaiono più entusiasti sono i novizi o comunque quelli con un'esperienza meno lunga e sistematica.

Il 37% degli intervistati, ritiene che sicuramente la propria propensione alla lettura sarà incrementata dalla partecipazione agli eventi di Vibo Capitale italiana del Libro 2021. Solo il 5% lo esclude. Anche questa risposta non fa che restituire l'immagine dei lettori, con i loro desideri e al tempo stesso con il loro orgoglio; in questo senso è presumibile che gli intervistati che si dichiarano del tutto renitenti all'impatto della manifestazione sono quelli più esperti: essi si limitano a dichiarare che il proprio amore e interesse per la lettura è talmente roccioso e forte che gli eventi non possono accrescerlo ulteriormente.

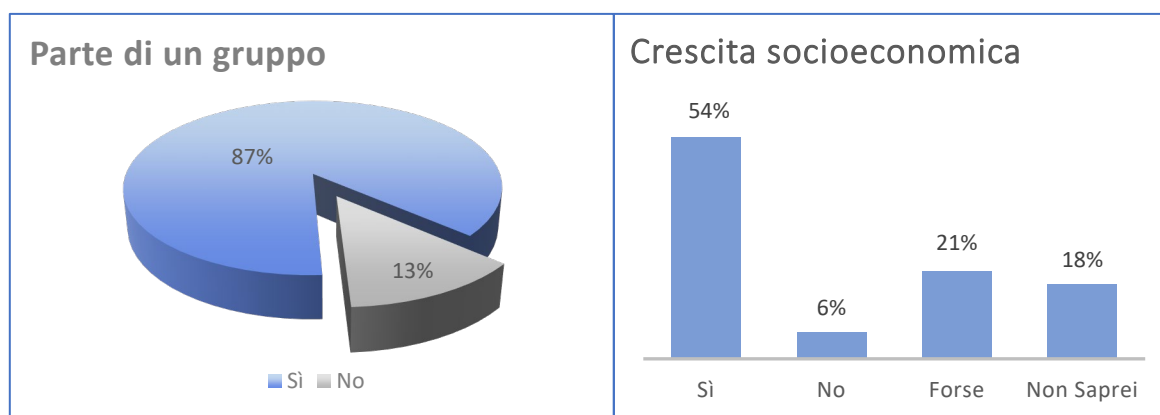
Tra le attività culturali che ricevono un maggiore impatto dalla partecipazione agli eventi, l'ultima sezione della tabella 3, mostra la lettura al 65%, cultura sul web 18%, musei/patrimonio culturale 9%, teatro/cinema e musica 5%. Il gruppo di ricerca evidenzia che è da questi risultati che prende vita e si configura la mappa dinamica dell'esperienza culturale, che si compone di un percorso soggettivo ma comune nella collezione di consumi non necessariamente settoriali, anzi di norma eterogenei e versatili. Tale evidenza rafforza la necessità di enfatizzare le connessioni tra le diverse forme culturali, che hanno una forte

e intensa capacità di fertilizzarsi a vicenda in modo forse disordinato ma certamente intenso e solido.

5.5 Capitale sociale e senso di appartenenza alla comunità.

Alla domanda se dalla partecipazione ci si è sentiti parte di un gruppo/comunità coesa, l'87% dichiara di sì, mentre il 13% risponde in maniera negativa (grafico 2). Queste percentuali restituiscono una mappa della socialità del consumo culturale, non molto difforme dalla mappa della socialità in generale: quasi tutti, infatti, percepiscono gli eventi come un'occasione di scambio e condivisione tipica dell'esperienza culturale, mentre una piccola parte ha vissuto un'esperienza personale e non condivisibile.

Grafico 2: Senso di appartenza ad un gruppo e parere sulla possibile Crescita economica che la nomina come "Capitale del Libro" potrebbe rappresentare.



Fonte: Elaborazione degli autori.

La nomina di Vibo Valentia a Capitale italiana del Libro 2021 ha avuto una valutazione molto positiva da parte dei soggetti intervistati. Infatti, il 54% degli intervistati è convinta che si tratti di un'occasione di accrescimento sociale ed economico per il territorio. In questa risposta si intravede con una certa chiarezza la percezione che la cultura non limita il proprio impatto alle ricadute finanziarie dimensionali che di norma vengono collegate agli effetti economici della cultura; al di qua della mania per pernottamenti, pasti e trasporti che il dibattito economico sulla cultura persiste a ritenere fondamentali per giustificare la spesa pubblica di sostegno. Gli intervistati catturano in modo pertinente l'impatto culturale della manifestazione, confermando che i cittadini/contribuenti sono disposti a sostenere la cultura attraverso la spesa pubblica non perché essa generi ritorni finanziari ma perché garantisce al territorio una crescita di medio-lungo periodo che nessun'altra attività economica potrebbe credibilmente perseguire.

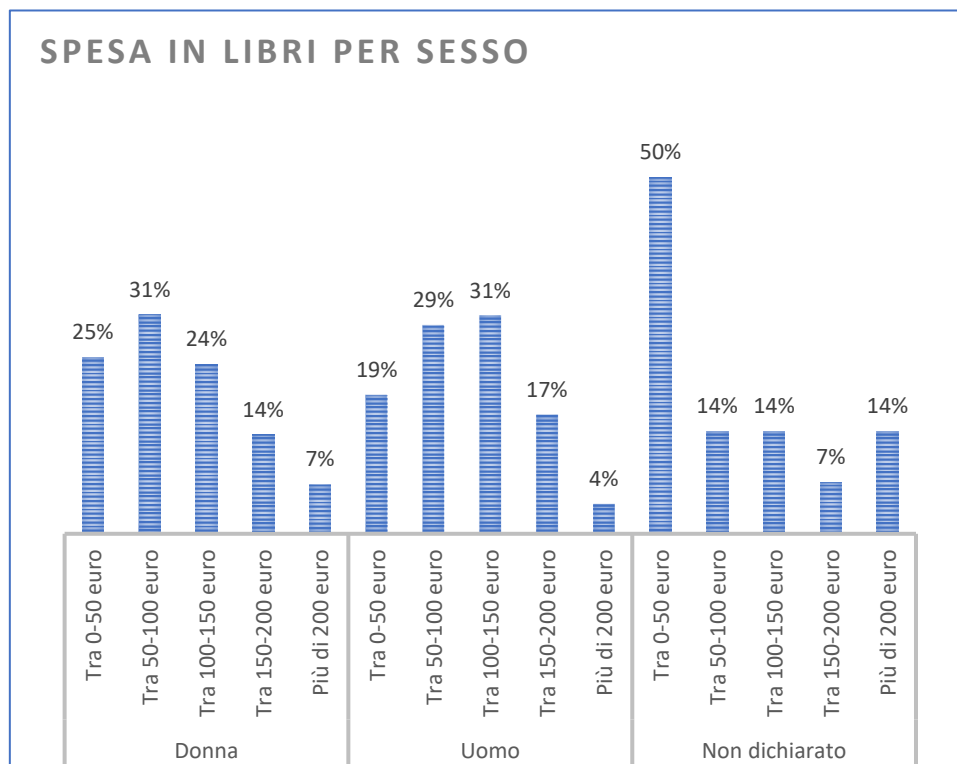
6. Analisi incrociate

Al fine di verificare in maniera ancora più approfondita gli obiettivi del presente lavoro, si è provveduto ad effettuare alcune analisi incrociate. Le analisi hanno approfondito lo studio di alcuni quesiti facenti parte delle sezioni principali con le caratteristiche sociodemografiche del campione. Lo scopo era quello di comprendere come variavano le attitudini degli intervistati e quali erano le percezioni dei diversi strati della popolazione.

6.1 Spesa media annua per l'acquisto di libri.

Per quanto riguarda la spesa media annua per l'acquisto in libri è possibile notare (grafico 3), che il trend per sesso è simile, le differenze che emergono sono lievi per ogni fascia di spesa eccetto quella medio-alta tra 100 e 150 euro in cui gli uomini sono più numerosi.

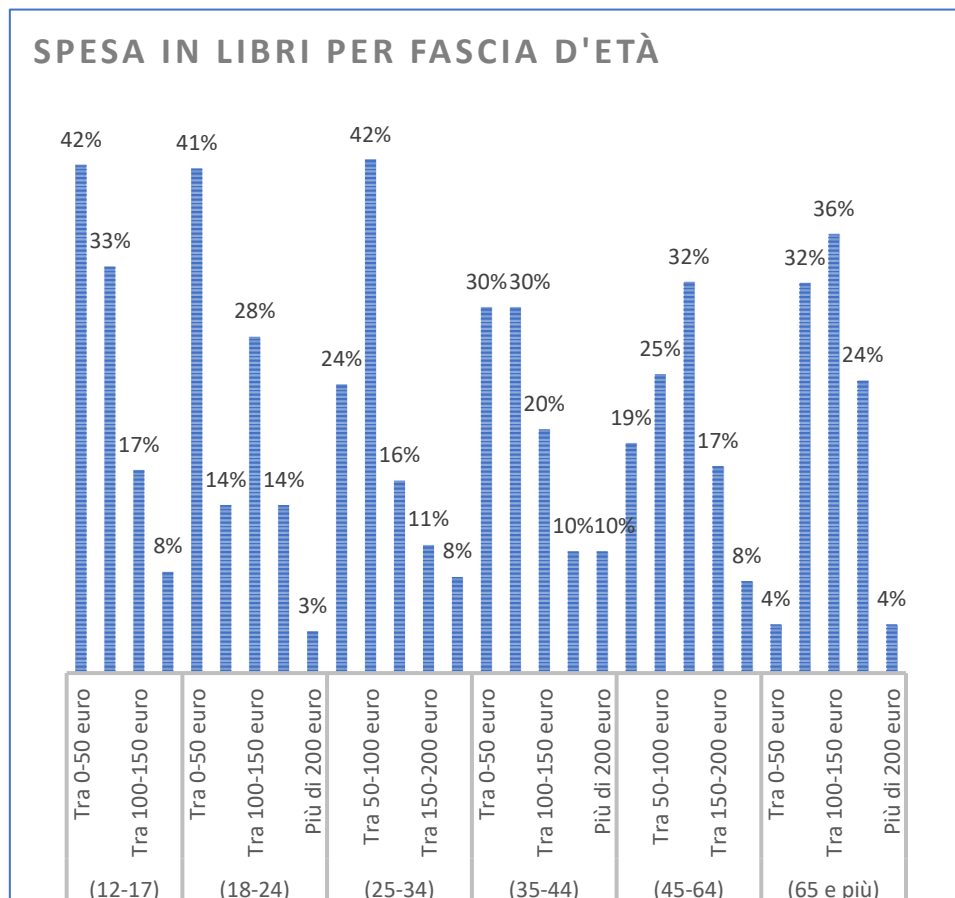
Grafico 3: Analisi incrociata libri/sesso.



Fonte: Elaborazione degli autori.

Per quanto riguarda invece la spesa in libri divisa per fascia di età, grafico 4, risulta evidente uno spostamento verso spese maggiori all'aumentare dell'età. Ciò potrebbe dipendere dalla maggiore disponibilità economica di cui godono i soggetti più adulti. Se infatti nelle prime 4 fasce di età la maggior concentrazione di spesa si attesta tra 0 e 100 euro, nelle rimanenti categorie ci sia attesta tra le 100 e le 200 euro.

Grafico 4: Analisi incrociata libri/età.

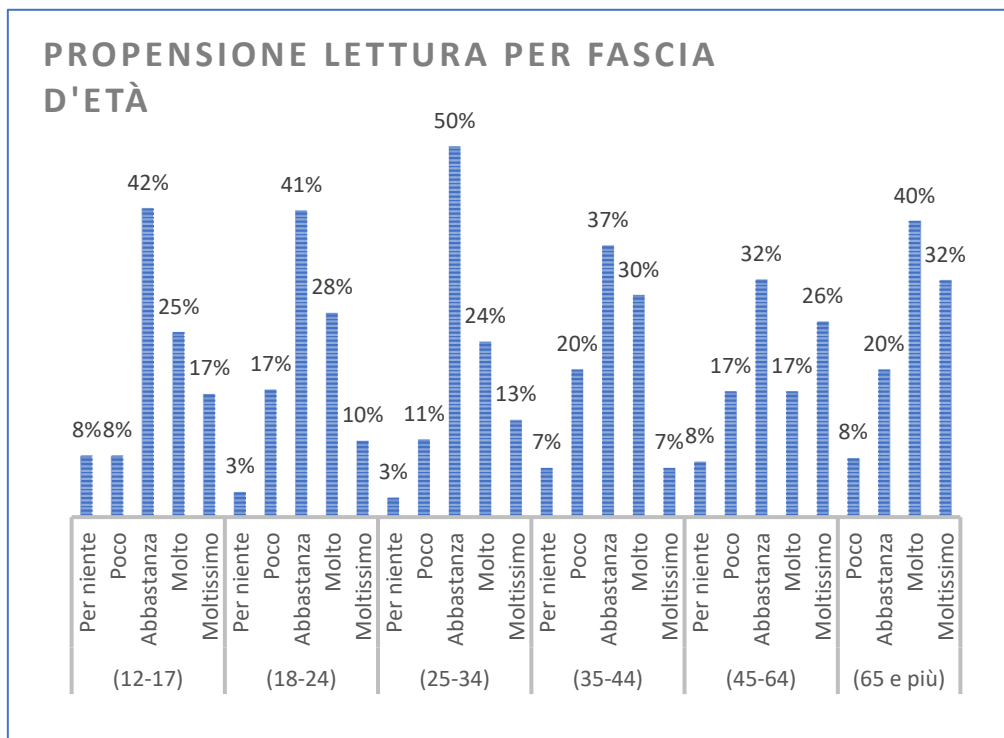


Fonte: Elaborazione degli autori.

6.2 Aumento propensione lettura

Riguardo all'incremento della propensione alla lettura determinato dalla partecipazione agli eventi, incontri e altre manifestazioni nell'ambito del programma di Vibo Capitale del Libro, solo gli intervistati dai 65 anni dichiarano che tali esperienze incrementeranno di molto le loro abitudini. Invece, le rimanenti fasce di età si collocano su di una dimensione media, dichiarando infatti che la loro propensione aumenta "abbastanza" (grafico 5).

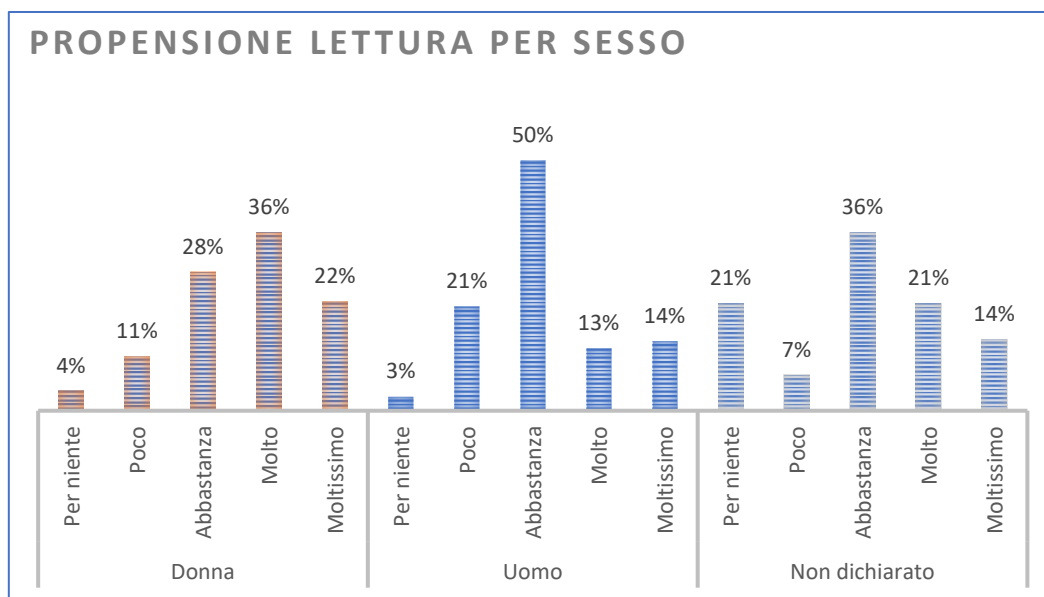
Grafico 5: Analisi incrociata propensione alla lettura/età.



Fonte: Elaborazione degli autori.

Se la propensione alla lettura viene analizzata dal punto di vista del genere, grafico 6, le donne nostrano una distribuzione quasi normale, con una concentrazione maggiore tra “l’abbastanza e il moltissimo”. Sembrerebbe, dunque, che le donne abbiano visto negli eventi organizzati delle opportunità connesse alla possibilità di leggere più di quanto si stava facendo.

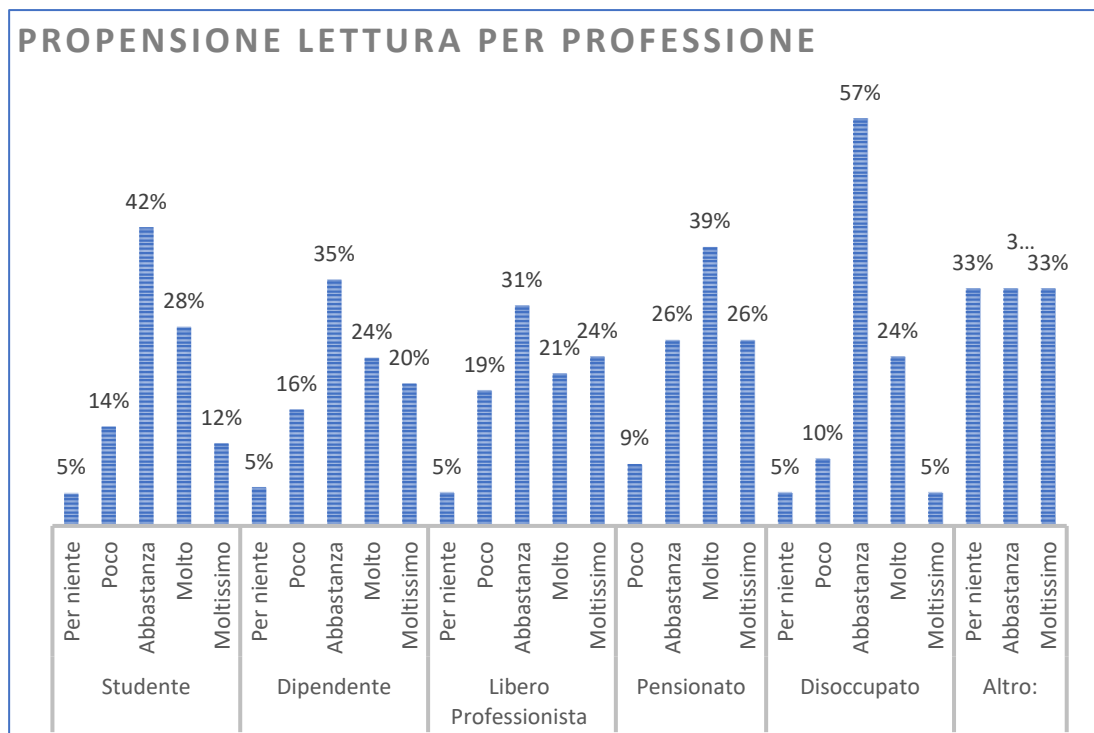
Grafico 6: Analisi incrociata propensione alla lettura/sexo.



Fonte: Elaborazione degli autori.

Per quanto riguarda, invece, l'ambito professionale, sono i disoccupati a dichiarare una maggiore propensione alla lettura connessa alla partecipazione agli eventi (grafico 7), da segnalare però un notevole impatto anche per gli studenti (42%) e per i pensionati (39%).

Grafico 7: Analisi incrociata propensione alla lettura/professione.

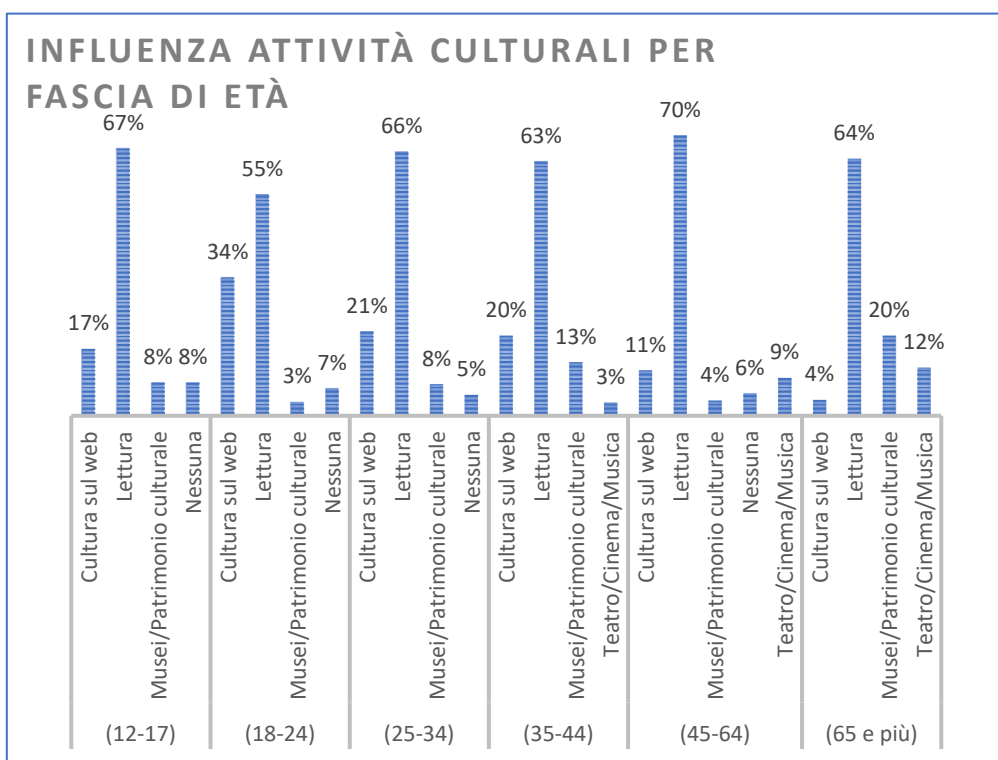


Fonte: Elaborazione degli autori.

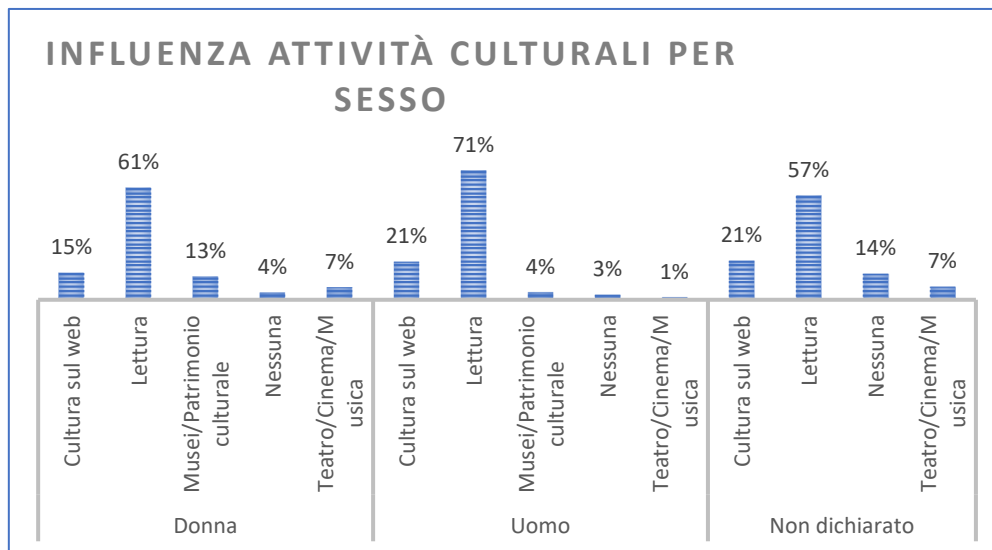
6.3 Influenza su altre attività culturali

In riferimento sempre alle ricadute positive della partecipazione agli eventi della manifestazione si è avuto cura di valutare quali potessero essere le altre attività culturali che avrebbero potuto giovare della partecipazione agli eventi. I risultati mostrano (grafico 8) che per tutte le fasce di età coinvolte e per il sesso (grafico 9) la lettura risulta essere quella maggiormente interessata seguita dalla cultura sul web. Sorprendentemente, invece, i musei e il patrimonio culturale non sembrerebbero ricevere impatti positivi come anche il teatro, il cinema e la musica.

Grafico 8: Analisi incrociata influenza attività culturali/età.



Fonte: Elaborazione degli autori

Grafico 9: Analisi incrociata influenza attività culturali/sexso.

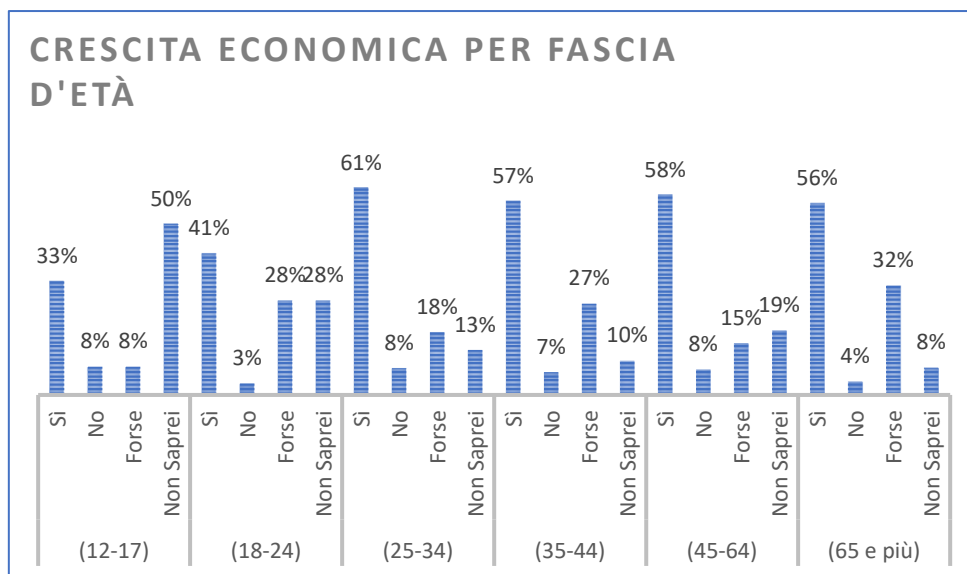
Fonte: Elaborazione degli autori.

6.4 Crescita socioeconomia

L'ultima dimensione indagata era quella del capitale sociale al quale erano dedicati due quesiti. Nello specifico qui vengono riportati i risultati, suddivisi per età e per sesso, sull'opinione degli intervistati circa la possibilità che la nomina di Vibo Valentia a Capitale italiana del Libro 2021 fosse o meno un'occasione di crescita socioeconomica per la città.

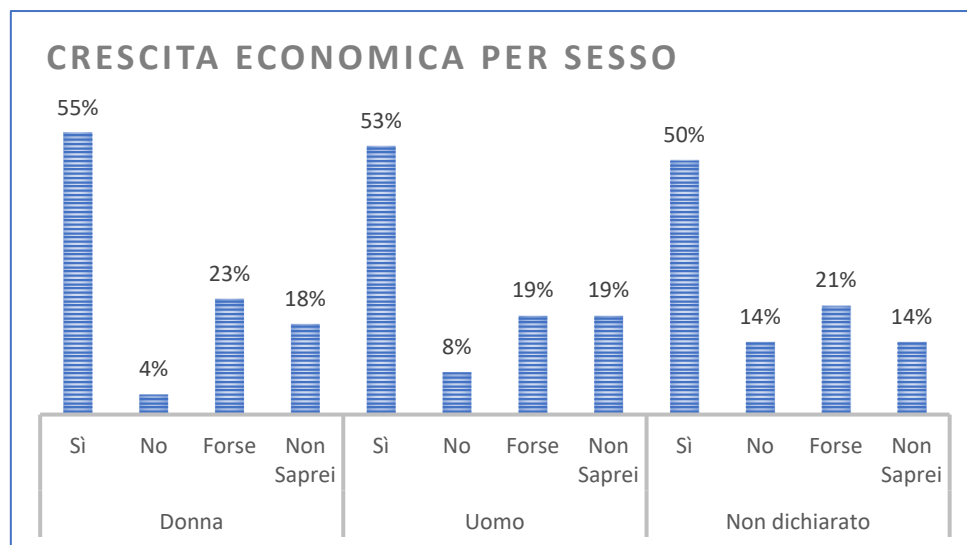
Per ogni fascia di età considerata si osserva dal grafico 10, come sia univoco il pensiero che eventi di tali portate in qualche modo rappresentino una grande opportunità per la città. Le percentuali sull'opzione negativa sono nettamente inferiori, anche se permane una leggera incertezza di quanti dichiarano di non sapere se effettivamente ci siano margini di crescita socioeconomica connessa agli eventi. Le stesse considerazioni possono essere considerate valide quando le opinioni del campione vengono considerate per genere (grafico 11).

Grafico 10: Analisi incrociata crescita economica/età.



Fonte: Elaborazione degli autori.

Grafico 11: Analisi incrociata crescita economica/sexso.



Fonte: Elaborazione degli autori.

7. Conclusioni

La designazione di Vibo Valentia come Capitale Italiana del Libro 2021 si è innestata in un ecosistema delicato e complesso. Se i dati generali suggeriscono un'intensità limitata delle attività culturali nell'area del vibonese, l'esperienza dimostra, attraverso un'analisi non pregiudiziale, il diffondersi invece di valore, che traccia un'identità culturale per alcuni versi non convenzionale ma certamente fertile e prospettica.

Il patrimonio culturale materiale e intangibile dell'area, insieme alla sua comunità territoriale e nell'infrastruttura urbana, discende da un'identità curiosa e proattiva, una comunità orizzontale e coesa, una capacità creativa e produttiva da distretto culturale.

Dal confronto tra l'esperienza vibonese e altre città e territori in cui la lettura e la cultura sono stati posti al centro di un programma specifico di promozione e diffusione, così come di integrazione tra la comunità residente e i visitatori esterni, declama l'attinenza e l'efficacia di una scelta (la designazione a Capitale Italiana del Libro) che ha generato un impatto esteso e profondo, anche grazie alla sua coerenza con una vocazione originaria che non cede agli "effetti speciali" che troppo spesso contraddistinguono tali iniziative.

Le rilevazioni svolte attraverso i questionari, l'osservazione informale e la partecipazione diretta agli eventi legati al programma generale, pongono in evidenza alcuni fattori cruciali e incoraggianti, che possono essere adottati anche ai fini del disegno di politiche culturali urbane e territoriali volte a promuovere e valorizzare l'identità culturale vibonese. Un primo dato che emerge è l'equilibrio tra le fasce di età, esclusi ovviamente gli addensamenti presenti in corrispondenza dei consumatori più esperti. Inoltre, il libro e la lettura vengono visti come elemento utile ai fini di esperienze condivise, fonte di esplorazione multidisciplinare, insomma catalizzatore di valore. È innegabile che la comunità Vibonese abbia percepito una diffusa ricaduta sociale dei programmi culturali, grazie alla loro capacità di costruire e rafforzare la coesione, l'integrazione e l'inclusione avvicinando gruppi sociali eterogenei ma spinti da un orientamento comune e condiviso.

L'analisi rileva come le attività culturali abbiano ripercussioni virtuose anche sulle attività produttive e commerciali. Questi aspetti orientano la *cultural policy* verso dinamiche che mettano in rete le istituzioni, gli spazi, le pratiche culturali, in modo da far sviluppare il territorio, attraverso la lettura e altre forme creative, artistiche, espressive già presenti in questa forma di eventi. Bisogna enfatizzare le valenze del territorio vibonese e metterlo in connessioni con altre realtà regionali, in modo da confermarsi e consolidarsi in progetti di lungo periodo, orientati alle prossime generazioni basati su identità storica e pratiche culturali.

Bibliografia

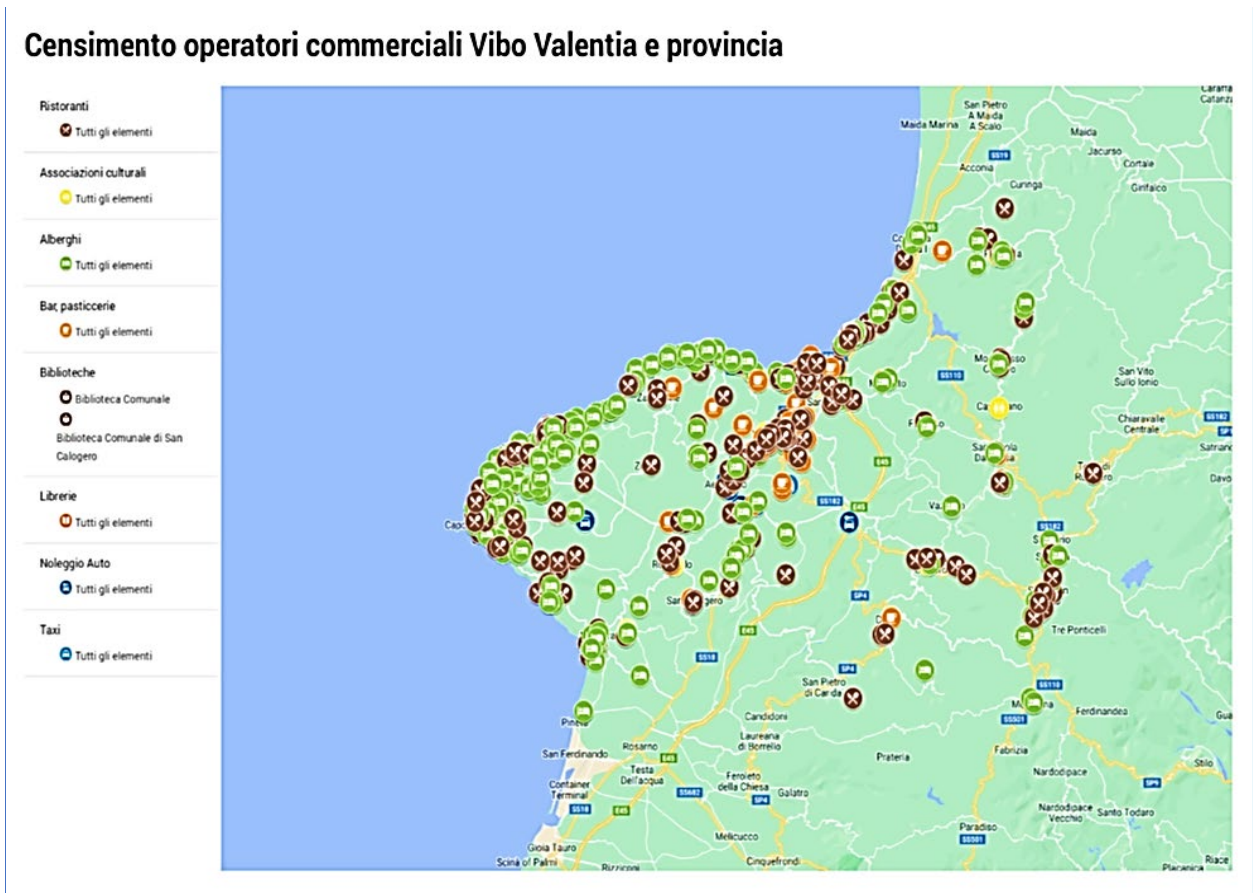
1. Corbetta, P. (2014). *Metodologia e tecniche della ricerca sociale* (pp. 283-316). Bologna: il Mulino.
2. Panizzi, G. (2021). Vibo Valentia, Capitale del Libro. *Rivista economica del Mezzogiorno*, 35(1), 251-255.
3. Throsby, D., Crosby, P., & Zwar, J. (2022). Literary festivals as cultural destinations: the case of the Ubud Writers and Readers Festival. Available at SSRN 4008609.

Sitografia

4. <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2020/03/10/20G00023/sg>
5. <https://biblioteche.cultura.gov.it/it/contributi/Capitale-italiana-libro/>
6. <https://biblioteche.cultura.gov.it/it/documenti/2020-Maggio-Agosto/DM10agosto2020-Capitale-italiana-libro.pdf>
7. <https://www.governo.it/sites/governo.it/files/PNRR.pdf>
8. https://www.istat.it/it/files//2022/09/Tempo-libero-e-partecipazione-culturale_Ebook.pdf

Appendice 1

Immagine 1: Mappa degli operatori commerciali presenti a Vibo Valentia e provincia nell'anno 202.



Fonte: Elaborazione degli autori.

Appendice 2

Questionario cartaceo somministrato ai fruitori degli eventi di Vibo Valentia Capitale italiana del libro 2021.

Questionario visitatori Vibo Valentia Capitale del libro 2021

1) Età

2) Sesso

- Donna
- Uomo
- Non dichiarato

3) Ambito professionale

- Libero professionista
- Dipendente
- Pensionata/o
- Disoccupata/o
- Studentessa/e
- Altro: _____
-

4) Da quale città proviene?

- Vibo città
- Provincia di Vibo
- Provincia di Catanzaro
- Provincia di Cosenza
- Provincia di Crotone
- Provincia di Reggio
- Fuori Regione

5) Come è venuto a conoscenza degli eventi, incontri, presentazioni e altre manifestazioni nell'ambito del programma di Vibo Capitale del Libro?

- Comunicazione cartacea/cartellonistica
- Social media
- Passaparola
- Giornali
- Altro: _____

6) A quanti eventi, incontri, presentazioni e altre manifestazioni nell'ambito del programma di Vibo Capitale del Libro ha partecipato?

- Questo è il primo
- 1 oltre questo
- Tra 2-5
- Tra 5-10
- Più di 10

7) Quanti libri legge in media all'anno?

- Tra 1-5
- Tra 5-10
- Tra 10-15
- Tra 15-20
- Più di 20