

Progetto in consultazione

**Messaggio concernente la promozione della
cultura negli anni 2016–2019
(Messaggio sulla cultura)**

del 28 maggio 2014

Compendio

Nel presente messaggio, il Consiglio federale formula l'impostazione strategica della politica culturale della Confederazione per il periodo creditizio 2016–2019. Considerate le sfide che scaturiscono per la politica culturale segnatamente dalla globalizzazione, dalla digitalizzazione, dal cambiamento demografico, dall'individualizzazione e dall'urbanizzazione, la politica di promozione della Confederazione dei prossimi anni dovrà articolarsi ed essere attuata mediante varie misure lungo i tre assi d'azione «partecipazione culturale», «coesione sociale» e «creazione e innovazione». Il Consiglio federale prevede inoltre di intensificare la cooperazione tra la Confederazione, i Cantoni, le Città e i Comuni in materia di politica culturale e di instaurare una «politica culturale nazionale». Ad attuazione della politica culturale negli anni 2016–2019, il Consiglio federale chiede un importo complessivo di 894,6 milioni di franchi.

Situazione iniziale

In virtù dell'articolo 27 della legge federale dell'11 dicembre 2009 sulla promozione della cultura (legge sulla promozione della cultura; LPCu), l'impostazione politica e finanziaria della promozione culturale della Confederazione avviene mediante un messaggio quadriennale (messaggio sulla cultura). Il presente messaggio sulla cultura copre il periodo 2016–2019 ed è il secondo in ordine di tempo. Per ottenere nel periodo successivo un'armonizzazione temporale con i decreti di finanziamento pluriennali in altri ambiti di attività, la validità del presente messaggio sulla cultura sarà prorogata di un anno fino al 2020 dopo la procedura di consultazione mantenendo invariato al 3,4 per cento l'incremento delle uscite medio per tutto il periodo di finanziamento. I limiti di spesa e il credito quadro saranno adeguati dopo la consultazione.

Il messaggio sulla cultura 2016–2019 definisce nuovi assi d'azione strategici per la politica culturale della Confederazione e getta le basi per una «politica culturale nazionale» (v. sotto). La nuova impostazione degli assi d'azione strategici comporta nuove misure e nuove priorità nei singoli ambiti di promozione. A prescindere da queste novità, il messaggio sulla cultura 2016–2019 porta avanti la politica culturale attuale e prevede al massimo singoli adeguamenti negli ambiti promossi (p. es. rafforzamento delle attività internazionali di Pro Helvetia e messa in attività del nuovo edificio del Museo nazionale svizzero nel 2016).

Assi d'azione strategici della politica culturale della Confederazione

I radicali cambiamenti sociali hanno un influsso anche sulla cultura e comportano nuove sfide (cfr. n. 1.4):

- *La globalizzazione espone le aziende attive nel settore culturale e gli operatori culturali a una dura concorrenza internazionale. Questa tendenza può provocare una riduzione delle forme di espressione e delle offerte culturali e rappresenta perciò una sfida per tutelare la diversità culturale.*
- *La digitalizzazione influenza a lungo termine la produzione e la vendita dei beni e servizi culturali. In ambito musicale, letterario e cinematografico, in particolare, si assiste a un ribaltamento generale dell'intera filiera.*

- *Il cambiamento demografico rende la Svizzera più variata, più anziana e più popolosa. La migrazione, l'invecchiamento e la crescita demografica rendono la Svizzera più eterogenea e rappresentano una sfida per la coesione sociale e la comprensione tra le comunità linguistiche e culturali.*
- *L'individualizzazione si rafforza soprattutto a causa dell'aumento del reddito e del livello di istruzione nonché della maggiore disponibilità di tempo libero negli ultimi decenni. Nella «società multiopzionale» il pubblico culturale diventa quindi sempre più eterogeneo e le aspettative e le esigenze per quanto riguarda l'offerta culturale divergono sempre più.*
- *L'urbanizzazione comporta agglomerati sempre più grandi e l'offerta culturale nelle zone rurali tendenzialmente diminuisce. Negli agglomerati urbani, la compattazione e il risanamento energetico aumentano la pressione sugli edifici e impianti storici e sul patrimonio archeologico e rappresentano una sfida per la cultura architettonica.*

Su questo sfondo, la Confederazione vuole impostare la sua politica di promozione dei prossimi anni lungo i tre assi d'azione seguenti (cfr. n. 1.6.2):

- *Partecipazione culturale: s'intende la partecipazione attiva e passiva, possibilmente numerosa, alla vita e al patrimonio culturali. Rafforzare la partecipazione alla vita culturale significa contrastare le polarità esistenti nella società rispondendo alle sfide della diversità culturale. Nel periodo 2016–2019 sono previste le seguenti novità per rafforzare la partecipazione culturale: in primo luogo, la Confederazione intende promuovere l'accesso fisico, intellettuale e finanziario alla cultura mediante misure adatte (cfr. n. 2.2.5). In secondo luogo vuole intensificare i propri sforzi nella promozione della formazione musicale ad attuazione della nuova disposizione costituzionale sulla formazione musicale, accolta dal popolo e dai Cantoni il 23 settembre 2012: le misure attuali saranno ampliate e nuove misure saranno introdotte, segnatamente un programma «gioventù + musica» (cfr. n. 2.2.5). In terzo luogo, la Confederazione intende ampliare la promozione della lettura e, a complemento del sostegno accordato finora alle organizzazioni, sostenere in futuro anche singoli progetti, come per esempio la promozione di festival di letteratura per bambini e giovani o di giornate di lettura (cfr. n. 2.2.5). Per fare conoscere al pubblico le collezioni d'arte della Confederazione, sarà realizzata una «galleria nazionale virtuale» (cfr. n. 2.2.1). A prescindere da queste nuove misure specifiche, tutte le istituzioni culturali della Confederazione focalizzeranno la partecipazione culturale nelle loro attività, per esempio nel quadro della politica bibliotecaria e museale.*
- *Coesione sociale: riconoscere la diversità culturale della società e rispettare le minoranze linguistiche e culturali sono presupposti importanti per la coesione e la pace sociale della Svizzera. Nel periodo 2016–2019, la Confederazione intende rafforzare la coesione sociale mediante le seguenti misure: promuovere maggiormente le traduzioni letterarie nelle lingue nazionali (cfr. n. 2.1.4), migliorare la posizione dell'italiano al di fuori della Svizzera italiana (cfr. n. 2.2.6), sviluppare gli scambi scolastici tra le regioni linguistiche (cfr. 2.2.6), intensificare gli scambi culturali in Svizzera già promossi da Pro Helvetia (cfr. n. 2.2.6), elaborare una strategia per promuovere la*

cultura architettonica contemporanea, migliorare le condizioni di vita dei nomadi svizzeri come minoranza culturale (cfr. n. 2.2.7).

- *Creazione e innovazione: la cultura possiede un grande potenziale per influenzare positivamente la creatività e la forza innovativa di uno Stato e la sua immagine all'estero. La produzione artistica e culturale è quindi un importante laboratorio di sperimentazione per le questioni del futuro e avvia processi di innovazione e rinnovamento. Nel periodo 2016–2019 la Confederazione vuole rafforzare la creazione e l'innovazione in ambito culturale mediante le seguenti misure: approfondire la già sperimentata cooperazione tra promozione culturale, industria e promozione economica e dell'innovazione nel design e nei media digitali interattivi (cfr. n. 2.1.2 e 2.4.1), introdurre la promozione della location nell'ambito della produzione cinematografica fissando incentivi finanziari per incoraggiare i film svizzeri e le coproduzioni svizzere a produrre maggiormente in Svizzera e a generare valore aggiunto nel nostro Paese (cfr. n. 2.1.7).*

Politica culturale nazionale

Globalizzazione, digitalizzazione, cambiamento demografico, individualizzazione e urbanizzazione riguardano tutti i livelli statali in egual misura e richiedono risposte comuni. A prescindere da rare eccezioni, la Svizzera non conosce attualmente una concertazione programmatica della promozione culturale dei vari livelli statali. I citati cambiamenti sociali esigono una più stretta collaborazione ai sensi di una «politica culturale nazionale»: la Confederazione, i Cantoni, le Città e i Comuni devono condividere l'analisi delle sfide che si delineano e sviluppare misure concertate per rispondere a queste sfide. Allo scopo il 25 ottobre 2011 la Confederazione, i Cantoni, le Città e i Comuni hanno lanciato il «Dialogo culturale nazionale», che rappresenta l'organismo adatto per tracciare i contenuti di una politica culturale nazionale.

Ripercussioni finanziarie per la Confederazione

I decreti di finanziamento proposti con il presente messaggio prevedono un importo complessivo di 894,6 milioni di franchi per il periodo 2016–2019. In totale, i crediti proposti superano di 53,7 milioni di franchi ossia del 6,4 per cento la dotazione prevista nella pianificazione finanziaria della Confederazione.

Indice

1 Punti essenziali del progetto	11
1.1 Situazione iniziale	11
1.1.1 Introduzione	11
1.1.2 Promozione statale della cultura in Svizzera	13
1.1.3 Promozione culturale privata e semistatale in Svizzera	13
1.2 Valutazione del messaggio sulla cultura 2012–2015	14
1.3 Attori della politica culturale della Confederazione	16
1.3.1 Ufficio federale della cultura	16
1.3.2 Pro Helvetia	18
1.3.3 Biblioteca nazionale svizzera	19
1.3.4 Museo nazionale svizzero	21
1.4 Analisi del contesto	23
1.5 Approcci per una politica culturale nazionale	24
1.6 Politica culturale della Confederazione 2016–2019	25
1.6.1 Principali assi d'azione della Confederazione	25
1.6.2 Principali novità della promozione della cultura da parte della Confederazione 2016–2019	27
1.7 Risultati della consultazione	28
1.8 Stralcio di interventi parlamentari	28
2 Ambiti di promozione della politica culturale	29
2.1 Creazione artistica e culturale	29
2.1.1 Arti visive	32
2.1.2 Design	34
2.1.3 Teatro	36
2.1.4 Letteratura	38
2.1.5 Danza	41
2.1.6 Musica	43
2.1.7 Cinema	45
2.2 Cultura e società	49
2.2.1 Musei e collezioni	49
2.2.2 Biblioteche	54
2.2.3 Cultura architettonica, patrimonio culturale e monumenti storici	57
2.2.4 Patrimonio audiovisivo svizzero	63
2.2.5 Partecipazione culturale (formazione musicale, promozione della lettura, mediazione artistica, cultura amatoriale e popolare)	66
2.2.6 Lingue, comprensione e scambi in Svizzera	73
2.2.7 Nomadi e minoranza jenisch	77
2.3 Attività culturali all'estero	79
2.3.1 Collaborazione istituzionale	79
2.3.1 Diffusione della cultura svizzera all'estero	83
2.4 Innovazione	86
2.4.1 Nuovi modelli di collaborazione – Cultura ed economia	86
2.4.2 Nuove tendenze culturali	89

2.5 Contributo alla Città di Berna	90
3 Misure e finanze	91
3.1 Ufficio federale della cultura	92
3.1.1 Osservazioni preliminari	92
3.1.2 Limite di spesa per aiuti finanziari dell'UFC in virtù della legge sulla promozione della cultura	92
3.1.3 Limite di spesa Cinema	95
3.1.4 Limite di spesa Trasferimento di beni culturali	97
3.1.5 Credito quadro Protezione del patrimonio culturale e dei monumenti storici	97
3.1.6 Limite di spesa Lingue e comprensione	98
3.1.7 Limite di spesa Scuole svizzere all'estero	99
3.2 Pro Helvetia	99
3.2.1 Contesto e situazione iniziale	99
3.2.2 Obiettivi e misure	100
3.2.3 Limite di spesa Pro Helvetia	104
3.3 Biblioteca nazionale svizzera	104
3.4 Museo nazionale svizzero	105
3.5 Tavola sinottica delle finanze	106
3.6 Confronto con il periodo 2012–2015	107
4 Commenti alle modifiche di legge	108
4.1 Modifica della legge sul cinema	108
4.2 Modifica della legge sulla promozione della cultura	109
5 Ripercussioni	111
5.1 Ripercussioni per la Confederazione	111
5.1.1 Ripercussioni finanziarie	111
5.1.2 Ripercussioni sull'effettivo del personale	111
5.1.3 Altre ripercussioni	112
5.2 Ripercussioni su Cantoni, Comuni e su centri urbani, agglomerati e regioni di montagna	112
5.3 Ripercussioni economiche	113
5.4 Altre ripercussioni	113
6 Programma di legislatura	113
7 Aspetti giuridici	113
7.1 Costituzionalità e legalità	113
7.2 Forma dell'atto	114
7.3 Subordinazione al freno delle spese	114
7.4 Conformità alla legge sui sussidi	114
7.5 Delega di competenze legislative	114

Elenco delle abbreviazioni

AFF	Amministrazione federale delle finanze
AMS	Associazione dei musei svizzeri
ARE	Ufficio federale dello sviluppo territoriale
AS	Archeologia Svizzera
ASL	Archivio svizzero di letteratura
BN	Biblioteca nazionale svizzera
CCSP	Centro culturale svizzero Parigi
CDAC	Conferenza dei delegati cantonali agli affari culturali
CDCPP	Comité Directeur de la Culture, du Patrimoine et du Paysage
CDN	Centre Dürrenmatt Neuchâtel
CDPE	Conferenza svizzera dei direttori cantonali della pubblica educazione
CEN	Comitato Europeo di normazione
CERN	Organisation Européenne pour la Recherche Nucléaire
CFMS	Commissione federale dei monumenti storici
Cinéforum	Fondation Romande pour le Cinéma
Cost.	Costituzione federale della Confederazione Svizzera del 18 aprile 1999
CSAC	Conferenza svizzera degli archeologi cantonali
CSEC–N	Commissione della scienza, dell'educazione e della cultura del Consiglio nazionale
CSSM	Conferenza svizzera delle soprintendenti e dei soprintendenti ai monumenti
CTI	Commissione per la tecnologia e l'innovazione
DAH	Domus Antiqua Helvetica
DDPS	Dipartimento federale della difesa, della protezione della popolazione e dello sport
DFAE	Dipartimento federale degli affari esteri
DFE	Dipartimento federale delle finanze
DFI	Dipartimento federale dell'interno
ECAL	Ecole cantonale d'art de Lausanne
ECCO	European Confederation of Conservator Organisations
ESG	Edizioni Svizzere per la Gioventù
FF	Foglio federale
FGK	Fondazione Gottfried Keller

FN	Fonoteca Nazionale Svizzera
GEMAP	Gestione mediante mandato di prestazioni e preventivo globale
HEAD	Haute Ecole d'Art et de Design Genève
HKB	Hochschule der Künste Bern
ICCROM	International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property
ICOM	Consiglio internazionale dei musei
ICOMOS Suisse	Gruppo svizzero dell'International Council of Monuments and Sites
IETM	International Network for Contemporary Performing Arts
IGVS	Comunità d'interessi per la cultura popolare Svizzera e nel Principato del Liechtenstein
ISOS	Inventario federale degli insediamenti svizzeri da proteggere
ISR	Istituto Svizzero di Roma
LBNS	Legge federale del 18 dicembre 1992 sulla Biblioteca nazionale svizzera (Legge sulla Biblioteca nazionale)
LCin	Legge federale del 14 dicembre 2001 sulla produzione e la cultura cinematografiche (Legge sul cinema)
LISE	Legge federale del 9 ottobre 1987 concernente il promovimento dell'istruzione dei giovani Svizzeri all'estero
LLing	Legge federale del 5 ottobre 2009 sulle lingue nazionali e la comprensione tra le comunità linguistiche (Legge sulle lingue)
LMC	Legge federale del 12 giugno 2009 concernente i musei e le collezioni della Confederazione (Legge sui musei e le collezioni)
LPCu	Legge federale dell'11 dicembre 2009 sulla promozione della cultura (Legge sulla promozione della cultura)
LPN	Legge federale del 1° luglio 1966 sulla protezione della natura e del paesaggio
LSSE	Legge federale del 21 marzo 2014 sulle scuole svizzere all'estero
LTBC	Legge federale del 20 giugno 2003 sul trasferimento internazionale dei beni culturali (Legge sul trasferimento dei beni culturali)
MEDIA	Mesures pour Encourager le Développement de l'Industrie Audiovisuelle
Messaggio sulla cultura	Messaggio concernente il finanziamento della promozione culturale della Confederazione
MNS	Museo nazionale svizzero

NIKE	Centro nazionale d'informazione per la conservazione dei beni culturali
NPC	Nuova impostazione della perequazione finanziaria e della ripartizione dei compiti tra Confederazione e Cantoni
OPCu	Ordinanza del 23 novembre 2011 sulla promozione della cultura
Panorama 2011	Rilevazione della promozione letteraria pubblica in Svizzera
PICS	Promozione degli investimenti cinematografici in Svizzera
PRS	Presenza Svizzera
RPG	Legge federale del 22 giugno 1979 sulla pianificazione del territorio (Legge sulla pianificazione del territorio)
RS	Raccolta sistematica del Diritto federale
RTVG	Legge federale del 24 marzo 2006 sulla radiotelevisione
SECO	Segreteria di Stato dell'economia
SEFRI	Segreteria di Stato per la formazione, la ricerca e l'innovazione
SHS	Heimatschutz Svizzera
SIA	Società svizzera degli ingegneri e degli architetti
SIKJM	Schweizerisches Institut für Kinder- und Jugendmedien
SINY	Swiss Institute New York
SKK	Städtekonferenz Kultur
SKR	Schweizer Verband für Konservierung und Restaurierung
SPACE	Supporting Performing Arts Circulation in Europe
SSAS	Società di storia dell'arte in Svizzera
SSPBC	Società svizzera per la protezione dei beni culturali
SSR	Società svizzera di radiotelevisione
UCS	Unione delle città svizzere
UE	Unione europea
UFAB	Ufficio federale delle abitazioni
UFAE	Ufficio federale per l'approvvigionamento economico del Paese
UFAM	Ufficio federale dell'ambiente
UFC	Ufficio federale della cultura
UFCL	Ufficio federale delle costruzioni e della logistica
UFCOM	Ufficio federale delle comunicazioni
UFE	Ufficio federale dell'energia
UFPP	Ufficio federale della protezione della popolazione

UFT	Ufficio federale dei trasporti
UNESCO	Organizzazione delle Nazioni Unite per l'educazione, la scienza e la cultura
UST	Ufficio federale di statistica
USTRA	Ufficio federale delle strade
ZEWO	Servizio svizzero di certificazione delle organizzazioni di utilità pubblica che raccolgono donazioni

Messaggio

1 Punti essenziali del progetto

1.1 Situazione iniziale

1.1.1 Introduzione

La revisione totale della Costituzione federale nel 1999 rappresenta un'importante pietra miliare nei quasi 130 anni di storia della politica culturale della Confederazione, iniziata con il Decreto federale per la protezione dei monumenti storici (1886) e con l'istituzione del Museo nazionale svizzero (1890) e della Biblioteca nazionale svizzera (1895). Grazie all'articolo 69 della Costituzione federale¹ (Cost.) diverse attività di promozione della Confederazione, sancite sino a quel momento solo in decreti federali, ottennero per la prima volta una base costituzionale a se stante. Per attuare il nuovo articolo costituzionale, l'Ufficio federale della cultura (UFC) fu incaricato di elaborare una legge sulla promozione della cultura (LPCu)², approvata dal Parlamento l'11 dicembre 2009 ed entrata in vigore il 1° gennaio 2012.

La LPCu definisce i compiti della Confederazione nella promozione culturale e disciplina le competenze tra l'UFC e la Fondazione svizzera per la cultura Pro Helvetia, oltre al finanziamento e la gestione della politica culturale della Confederazione:

- La LPCu prevede un nuovo strumento di gestione comune per quanto riguarda il finanziamento e la gestione delle attività della Confederazione nel settore culturale: conformemente all'articolo 27 LPCu, il Consiglio federale sottopone al Parlamento un messaggio quadriennale concernente il finanziamento della promozione culturale della Confederazione (messaggio sulla cultura). Questo strumento fissa le priorità della promozione in tutte le discipline, anche in ambiti retti da leggi speciali come il cinema o la protezione del patrimonio culturale e dei monumenti storici. Per volontà del legislatore non rientrano invece nel messaggio sulla cultura le attività culturali del Dipartimento federale degli affari esteri (DFAE) e della Biblioteca nazionale svizzera (BN). Per la gestione globale della politica culturale della Confederazione la LPCu prevede che l'UFC coordini le attività di tutti i servizi federali competenti (art. 29 cpv. 1 LPCu).
- Nel quadro della nuova ripartizione dei compiti, il legislatore ha affidato a Pro Helvetia i seguenti compiti, in passato di competenza dell'UFC: promozione delle nuove leve, rappresentanza della Svizzera alle biennali e quadriennali, sussidi a progetti di arte mediale, promozione della fotografia e sussidi alle fiere del libro all'estero. In compenso il legislatore ha affidato all'UFC i seguenti compiti che spettavano a Pro Helvetia: aiuti finanziari a *Swiss Films*, promozione delle case editrici, sostegno di grandi manifestazioni culturali di ampio respiro, organizzazione e finanziamento di convegni e manifestazioni analoghe incentrate sulla politica culturale.

La LPCu contiene inoltre diverse modifiche materiali nella promozione culturale della Confederazione, che trovano applicazione per la prima volta nel periodo di finanziamento 2012–2015. Tra le principali modifiche figurano le disposizioni qui elencate:

¹ RS 101
² RS 442.1

- L’articolo 5 LPCu obbliga la Confederazione a collaborare con Cantoni, Città e Comuni in materia di politica culturale.
- L’articolo 9 LPCu, in combinato disposto con l’articolo 2a dell’ordinanza del 23 novembre 2011³ sulla promozione della cultura (OPCu), prevede che nel caso di aiuti finanziari a beneficio di operatori culturali l’UFC e la Fondazione Pro Helvetia versino il 12 per cento dei loro aiuti finanziari alla cassa pensioni o al pilastro 3a di queste persone. La quota del 12 per cento è finanziata in uguale misura dagli operatori culturali e dall’UFC o da Pro Helvetia. Questa nuova disposizione migliora la sicurezza sociale degli operatori culturali.
- L’articolo 10 LPCu attribuisce all’UFC la competenza di erogare aiuti finanziari a musei, collezioni e reti di terzi per la salvaguardia del patrimonio culturale. L’UFC può sostenere con contributi alle spese d’esercizio istituzioni di terzi, a condizione che il Parlamento abbia designato direttamente i destinatari dei contributi nell’ambito del messaggio sulla cultura 2012–2015. Inoltre, in virtù dell’articolo 10 LPCu, l’UFC può fornire aiuti finanziari per progetti, segnatamente di tutela, conservazione o restauro di beni culturali. Infine, in caso di esposizioni museali d’importanza nazionale, l’UFC può contribuire al pagamento dei premi di assicurazione per le opere in prestito.
- L’articolo 11 LPCu definisce per la prima volta la promozione delle nuove leve come settore di promozione autonomo della politica culturale della Confederazione. Responsabile dell’attuazione è Pro Helvetia.
- L’articolo 12 LPCu attribuisce all’UFC, a partire dal 2012, una nuova competenza per la promozione della formazione musicale.
- L’articolo 13 LPCu consente all’UFC di conferire premi e riconoscimenti in tutte le altre discipline artistiche, oltre ai premi già esistenti per l’arte, il design e il cinema.
- Con l’articolo 19 LPCu è ora sancita dalla legge l’attività di Pro Helvetia nel campo della mediazione artistica.

Il primo messaggio sulla cultura dopo il nuovo processo di finanziamento e di gestione ha riguardato il periodo di finanziamento 2012–2015. In questo primo messaggio sulla cultura, tra i vari concetti il Consiglio federale ha definito i cosiddetti «obiettivi fondamentali» della politica culturale della Confederazione («Salvaguardare la diversità culturale», «Migliorare l’accesso alla cultura», «Promuovere gli scambi culturali», «Rafforzare la cooperazione», «Creare buone condizioni quadro»)⁴. Inoltre, il Consiglio federale ha stabilito due temi trasversali quadriennali («Tradizioni viventi» e «Cultura digitale»)⁵, alla cui attuazione dovrebbero contribuire tutte le istituzioni culturali della Confederazione. Per una valutazione del primo messaggio sulla cultura si rinvia al numero 1.2.

Oggetto di questo secondo messaggio sulla cultura è la politica culturale della Confederazione nel periodo di finanziamento 2016–2019. La situazione iniziale (n. 1.1), la valutazione del messaggio sulla cultura 2012–2015 (n. 1.2) e la presentazione degli attori della politica culturale della Confederazione (n. 1.3) sono seguiti da un’analisi del contesto in cui sono illustrati i processi di cambiamento sociale determinanti (megatrend) per la politica culturale (n. 1.4), da cui ricavare gli approcci per una politica culturale nazionale (n. 1.5) nonché i principali assi d’azione e le novità essenziali della politica culturale della Confederazione nel

³ RS **442.11**

⁴ FF **2011** 2724 seg.

⁵ FF **2011** 2724 seg.

periodo di finanziamento 2016–2019 (n. 1.6). Infine, nel presente messaggio si descrivono le sfide, gli obiettivi e le misure centrali nei diversi ambiti da promuovere (n. 2) e le risorse finanziarie necessarie a tal fine (n. 3) e si richiedono i dovuti adeguamenti normativi (n. 4).

1.1.2 Promozione statale della cultura in Svizzera

Nel messaggio sulla cultura 2012–2015 si erano formulate indicazioni esaustive sul finanziamento della cultura da parte dei poteri pubblici e sulla ripartizione dei compiti prevista dalla Costituzione tra gli attori statali⁶. Per il periodo di finanziamento 2016–2019 queste indicazioni devono essere precisate e aggiornate nei termini seguenti:

- In Svizzera sono soprattutto i poteri pubblici a promuovere in misura rilevante progetti e istituzioni culturali. L'Ufficio federale di statistica (UST) pubblica periodicamente i dati riguardanti il finanziamento culturale pubblico⁷. Nell'anno di riferimento 2011, le spese per la cultura del settore pubblico si sono attestate complessivamente a 2,59 miliardi di franchi. I principali promotori della cultura sono i Comuni, con oltre la metà dei fondi (51% o 1,33 mia. di franchi). La spesa cantonale per la promozione della cultura ammonta invece al 38 per cento circa (997 mio. di franchi) del totale. La Confederazione partecipa nella misura del 10 per cento circa (267 mio. di franchi) al finanziamento pubblico della cultura in Svizzera⁸.
- La promozione culturale della Confederazione è sancita da diverse disposizioni della Costituzione federale⁹. A seconda dell'ambito la Confederazione dispone di competenze parallele o sussidiarie rispetto ai Cantoni. I processi di cambiamento sociali determinanti per la politica culturale (cfr. n. 1.4) influiscono anche sulle competenze federali in ambito culturale, secondo l'articolo 69 Cost.: le sfide nella politica culturale assumono sempre più spesso un'importanza interregionale e di conseguenza crescono i punti di contatto per le misure della Confederazione in virtù dell'articolo 69 Cost., sempre possibili a condizione che sussista un «interesse nazionale». Come risultato la competenza federale sussidiaria di cui all'articolo 69 Cost. si avvicina decisamente alle competenze federali parallele di cui agli articoli 70 (Lingue), 71 (Cinematografia) e 78 Cost. (Protezione della natura e del paesaggio).

1.1.3 Promozione culturale privata e semistatale in Svizzera

La promozione culturale da parte di Confederazione, Cantoni, Città e Comuni è completata dalla promozione culturale da parte di istituzioni semistatali e di privati (aziende, fondazioni, privati, ecc.). Nel presente contesto ha un chiaro mandato legale di promozione culturale ai sensi del servizio pubblico la Società svizzera di radiotelevisione SRG SSR. Inoltre, non è da sottovalutare l'importanza delle lotterie per la promozione culturale in Svizzera. La legge sulle lotterie stabilisce che i proventi siano impiegati categoricamente a favore di progetti di

⁶ FF 2011 2713

⁷ Finanziamento della cultura da parte dei poteri pubblici in Svizzera, consultabile in tedesco e francese sul sito www.bfs.admin.ch Themen > 16 – Kultur, Medien, Informationsgesellschaft, Sport > Kultur > Kulturfinanzierung > Indikatoren.

⁸ A inizio 2008 alla Confederazione è stata introdotta una nuova statistica finanziaria. Per questo motivo un confronto con gli anni precedenti è possibile solo limitatamente.

⁹ Cfr. nel dettaglio le spiegazioni nel messaggio sulla cultura 2012–2015: FF 2011 2717

utilità pubblica o di beneficenza. I Cantoni ricavano ogni anno oltre 500 milioni di franchi da lotterie e scommesse autorizzate in Svizzera, erogati dagli organi cantonali competenti (consiglio di Stato, parlamento, servizio, autorità di ripartizione) anche per promuovere progetti culturali. Per il paesaggio culturale svizzero la promozione culturale da parte dei privati è estremamente importante. In Svizzera esistono oltre 12 500 fondazioni di pubblica utilità per un capitale di fondazione stimato a 40 miliardi di franchi. Oltre all'istruzione e alla ricerca, alla sanità e ai servizi sociali, la cultura è tra i principali ambiti di promozione e di attività di queste fondazioni¹⁰.

Il Consiglio federale considera sensata e importante la collaborazione tra la Confederazione e gli enti di promozione della cultura privati o semistatali. Durante il periodo di finanziamento 2012–2015 le istituzioni culturali della Confederazione hanno portato avanti i loro partenariati esistenti con questi attori culturali e avviato nuove collaborazioni (cfr. gli esempi al n. 2).

1.2 Valutazione del messaggio sulla cultura 2012–2015

Nel prosieguo il Consiglio federale procede a una valutazione del periodo di finanziamento 2012–2015. La valutazione si limita ad aspetti di ordine generale che riguardano tutte le istituzioni culturali della Confederazione e tutti gli ambiti promossi. Per valutazioni specifiche in merito ai singoli ambiti si rinvia al capitolo 2 del messaggio:

- *Gestione a medio termine:* fino all'entrata in vigore della LPCu il Parlamento ha approvato i budget dei vari ambiti culturali (ad eccezione di Pro Helvetia), promossi di norma per un anno, nel quadro del preventivo della Confederazione. Questa analisi settoriale e a breve termine ha reso difficile una gestione globale della politica culturale della Confederazione. Secondo il Consiglio federale si è imposta la riunione di tutte le attività promosse in una comune proposta di finanziamento pluriennale. In primo luogo ciò porta a una maggiore sicurezza pianificatoria e in secondo luogo consente, meglio che finora, di riconoscere le sfide, di definire una strategia comune e di fissare le priorità.
- *Coordinamento degli attori federali:* sullo sfondo della politica culturale nazionale perseguita è indispensabile che l'UFC soddisfi la propria funzione di coordinatore di tutte le attività federali.
- *Nuova ripartizione dei compiti tra UFC e Pro Helvetia:* la nuova ripartizione dei compiti tra UFC e Pro Helvetia ha dato i propri frutti sotto svariati aspetti: secondo l'opinione degli attori culturali ha permesso di rafforzare il loro profilo come enti promotori dell'attività culturale all'estero (Pro Helvetia) e del cinema (UFC)¹¹. La nuova ripartizione dei compiti è inoltre più chiara per i richiedenti e pertanto più semplice per i destinatari. Tra l'UFC e Pro Helvetia si sono potute chiarire le questioni aperte in merito all'esecuzione della nuova ripartizione dei compiti a livello tecnico. Nella concreta attuazione si continuerà a valutare il relativo potenziale di ottimizzazione.

¹⁰ Georg von Schnurbein: *Der Schweizer Stiftungssektor im Überblick – Daten, Tätigkeiten und Recht*, Basilea 2009, pag. 35 seg.

¹¹ Rappresentanza della Svizzera alle biennali (arte, architettura e teatro) e alle fiere del libro all'estero ora di competenza di Pro Helvetia. Sostegno a SwissFilms ora di competenza dell'UFC.

- *Cooperazione con partner statali*: l'articolo 5 LPCu obbliga la Confederazione a collaborare con Cantoni, Città e Comuni in materia di politica culturale. Questa nuova disposizione rappresenta la base per l'accordo relativo al «dialogo culturale nazionale» che i partner statali hanno concluso il 25 ottobre 2011. L'accordo si propone segnatamente di rafforzare la collaborazione interstatale, di migliorare lo scambio di informazioni, di coordinare meglio le attività tra i vari livelli statali e di lanciare progetti culturali comuni. Per raggiungere questi obiettivi la Confederazione, i Cantoni, le Città e i Comuni hanno definito un programma di lavoro per i bienni 2012–2013 e 2014–2015, che definisce i temi concreti e le rispettive soluzioni da elaborare in comune (p. es. statistica culturale delle spese per la cultura del settore pubblico). I risultati finora ottenuti nel quadro del «dialogo culturale nazionale» sono da considerare positivi. In considerazione dei trend sociali (cfr. n. 1.4), che pongono la politica culturale in Svizzera e i relativi attori in pari misura dinanzi a nuove sfide, il Consiglio federale ritiene che si debbano intensificare ulteriormente il dialogo e la cooperazione. In diversi ambiti, in particolare, si deve puntare a una politica di promozione armonizzata e coordinata (cfr. n. 1.5).
- *Obiettivi fondamentali della politica culturale della Confederazione*: come già menzionato, nel messaggio sulla cultura 2012–2015 il Consiglio federale ha definito per la prima volta i cosiddetti «obiettivi fondamentali» della politica culturale della Confederazione. Questi obiettivi fondamentali erano incontestati durante la consultazione parlamentare e anche nell'ottica attuale devono essere considerati obiettivi importanti della politica culturale della Confederazione. Tuttavia, i cinque obiettivi fondamentali non erano né menzionati sistematicamente nelle basi legali e neppure hanno permesso di dedurre una politica di promozione profilata. Pertanto, nel presente messaggio gli obiettivi fondamentali vengono completati dal punto di vista contenutistico, secondo le basi legali vigenti, e se ne deducono tre ambiti d'intervento che devono assumere particolare importanza per la politica culturale della Confederazione a lungo termine (cfr. n. 1.6.1).
- *Temi trasversali*: la definizione di temi trasversali nel messaggio sulla cultura 2012–2015 (cfr. n. 1.1.1), alla cui attuazione contribuiscono tutte le istituzioni culturali della Confederazione tramite misure di promozione adeguate, era fondata sull'intento di porre al centro della promozione culturale della Confederazione questioni culturali particolarmente impellenti per un quadriennio. Sebbene si debbano valutare positivamente le misure che ne derivano, la definizione dei temi trasversali richiede un'analisi critica a posteriori: dal punto di vista contenutistico vi è una certa contraddizione nel definire un determinato tema, come la digitalizzazione in ambito culturale, come nuova sfida centrale e nell'affrontare questa sfida semplicemente con un «programma d'azione» limitato nel tempo. Se effettivamente gli sviluppi si rivelano essere una guida, difficilmente gli effetti si limitano a quattro anni e non si possono affrontare nemmeno con misure a tempo determinato. Per quanto riguarda il tema trasversale «cultura digitale», nel periodo di finanziamento 2012–2015 sono state adottate le misure più disparate¹². Le sfide della digitalizzazione tuttavia permangono.

12

Alcuni esempi: l'UFC ha organizzato il convegno «Post Digital Cultures» sulla creazione artistica contemporanea nell'era digitale in collaborazione con il Festival «Les Urbaines». Pro Helvetia ha lanciato il programma triennale d'incentivazione «Mobile. In touch with Digital Creation 2013-2015» con festival, esposizioni e conferenze sulle questioni della cultura digitale. Vi rientra il bando di concorso «Transmedia Projects» che è stato lanciato nel 2013 in colla-

no. Per i suddetti motivi la promozione nell'ambito dei due temi trasversali attuali «Tradizioni viventi» e «Cultura digitale» presso l'UFC e Pro Helvetia in futuro sarà trasferita nell'attività di promozione ordinaria. Si rinuncerà invece a definire nuovi temi trasversali limitati nel tempo. Il Consiglio federale imposterà la politica culturale della Confederazione lungo tre assi d'azione e a più lungo termine li posizionerà al centro della propria politica culturale (cfr. n. 1.6.1).

1.3 Attori della politica culturale della Confederazione

La politica e la promozione culturale della Confederazione si fondano essenzialmente sulla collaborazione delle quattro istituzioni che mettono in atto questa politica: UFC, Pro Helvetia, Biblioteca nazionale svizzera (BN) e Museo nazionale svizzero (MNS). Al riguardo ciascuna di queste istituzioni ha un preciso profilo e una sfera di attività definita dalla legge. Per maggiori dettagli sulle attività culturali all'estero, di cui talvolta si occupano i diversi servizi del Dipartimento federale degli affari esteri (DFAE), si rinvia al numero 2.3.

1.3.1 Ufficio federale della cultura

Collaboratrici e collaboratori: 81 posti di lavoro a tempo pieno

Bilancio annuale (preventivo 2014): 172,5 milioni di franchi

Secondo l'articolo 29 LPCu, l'UFC è l'autorità specializzata della politica culturale della Confederazione. Coordina le attività delle istituzioni culturali della Confederazione e assume i compiti statali in senso stretto, ossia sovrani, segnatamente il miglioramento delle condizioni quadro istituzionali, l'elaborazione di atti normativi nel settore culturale, la rappresentanza della Svizzera in organi specializzati e gruppi di lavoro nazionali nonché, in concertazione con il DFAE, la cura di relazioni internazionali in ambito culturale. In veste di autorità specializzata della politica culturale della Confederazione, l'UFC è altresì responsabile di elaborare basi e valutazioni di politica culturale.

Le sue attività di promozione coprono cinque ambiti: cinema, produzione culturale, musei e collezioni, patrimonio culturale e monumenti storici, cultura e società.

Cinema

L'UFC sostiene la produzione cinematografica e l'accesso alla cultura cinematografica (segnatamente tramite festival cinematografici e il programma per bambini «Lanterna magica») e contribuisce a garantire la varietà dell'offerta in Svizzera. Per assicurare l'esistenza del cinema svizzero è necessario il sostegno dello Stato con contributi per la produzione e la distribuzione. L'offerta cinematografica in tutte le regioni della Svizzera non è garantita dalle sole imprese di distribuzione: anche in questo caso l'UFC garantisce che tutte le regioni della Svizzera abbiano accesso a un'offerta cinematografica variata e di qualità al cinema e ai festival cinematografici.

borazione con l'UFC, le Giornate di Soletta e la fondazione ginevrina Focal. Pro Helvetia ha inoltre rafforzato la creazione artistica nell'ambito dei nuovi media e delle nuove tecnologie con un bando di concorso per «progetti di cooperazione interdisciplinare» e con l'integrazione di prime misure di promozione per la digitalizzazione nelle discipline artistiche classiche.

Produzione culturale

L'UFC s'impegna a favore della promozione di un'offerta culturale variegata e di qualità. La cultura è tanto varia quanto le sue forme di espressione: danza, teatro, musica, letteratura, arte e design costituiscono gran parte del paesaggio creativo della Svizzera. Con la sua politica di promozione, l'UFC affronta le sfide specifiche e le evoluzioni attuali delle varie discipline artistiche. Grazie alla sua politica dei premi e delle distinzioni, l'UFC riconosce le prestazioni fuori dal comune in ciascun ambito culturale. Mediante il suo sostegno alle organizzazioni culturali, l'UFC garantisce l'esistenza di condizioni quadro favorevoli alla produzione artistica. Infine organizza e finanzia dibattiti su temi di attualità della politica culturale.

Musei e collezioni

L'UFC gestisce quattro musei che appartengono alla Confederazione e diverse importanti collezioni di beni artistici e culturali (museo dell'Abbazia di St. Georgen di Stein am Rhein, Museo della Collezione Oskar Reinhart «Am Römerholz» di Winterthur, Museo Vincenzo Vela di Ligornetto e Museo degli automi musicali di Seewen; Collezione d'arte della Confederazione, collezione della Fondazione Gottfried Keller e altre collezioni). Inoltre, durante il periodo di finanziamento 2012–2015 l'UFC sostiene complessivamente tredici musei, collezioni e reti di terzi con sussidi all'esercizio. Dal punto di vista organizzativo è infine accorpato alla sezione Musei e collezioni il Servizio specializzato trasferimento internazionale dei beni culturali, al quale dal 20 giugno 2003¹³ è stata assegnata l'esecuzione della legge sul trasferimento dei beni culturali (LTBC), in vigore dal 1° giugno 2005. Il Servizio lotta contro il traffico illecito di beni culturali e promuove la salvaguardia del patrimonio culturale mobile. Sorveglia il rispetto degli obblighi di diligenza, offre il suo sostegno alle autorità doganali e favorisce lo scambio di opere d'arte attraverso il rilascio di garanzie di restituzione.

Patrimonio culturale e monumenti storici

L'UFC è il servizio specializzato della Confederazione addetto alla tutela dei monumenti, all'archeologia e alla protezione degli insediamenti. Congiuntamente ai Cantoni sostiene la conservazione, l'acquisizione e la manutenzione di siti archeologici, monumenti e insediamenti nonché i relativi lavori di esplorazione e di documentazione. In veste di autorità specializzata della Confederazione, l'UFC esamina se nello svolgimento dei compiti della Confederazione sono soddisfatte le esigenze della tutela dei monumenti, dell'archeologia e della protezione degli insediamenti. A tale scopo, redige perizie in relazione a oggetti protetti dalla Confederazione. Per quanto concerne la tutela dei monumenti, l'archeologia e la protezione degli insediamenti, l'UFC alimenta inoltre una rete di esperte e esperti indipendenti ed elabora basi di interesse nazionale. In questo modo, l'UFC permette a tutti i Cantoni di accedere alle più moderne conoscenze nell'ambito della tutela dei monumenti storici.

Cultura e società

L'UFC si impegna per il riconoscimento e la rivalutazione di tutte le culture in Svizzera e promuove la partecipazione culturale. Uno dei compiti principali dell'UFC consiste nel salvaguardare e sviluppare la diversità linguistica e culturale della Svizzera e nel promuovere il dialogo tra le comunità linguistiche e culturali e la coesione sociale. A livello federale l'UFC è inoltre chiamato a trasmettere la formazione svizzera all'estero, a sostenere i nomadi svizzeri e a promuovere la lettura, la formazione musicale e culturale e la cultura amatoriale.

1.3.2 Pro Helvetia

Collaboratrici e collaboratori: 68 posti di lavoro a tempo pieno (di cui 43 in Svizzera e 25 all'estero, distribuiti su 7 Paesi)

Bilancio annuale (preventivo 2014): 35,4 milioni di franchi

Pro Helvetia è stata fondata nel 1939 come Fondazione di diritto pubblico della Confederazione. A complemento dell'attività di promozione di Cantoni e Città, la Fondazione promuove la creazione artistica elvetica in tutta la sua varietà, fa conoscere la produzione artistica e culturale elvetica in Svizzera e all'estero, cura lo scambio tra le culture e si impegna nella mediazione artistica. Inoltre sostiene i progetti particolarmente innovativi e utili per fornire nuovi impulsi culturali. Pro Helvetia dispone di una rete di uffici in sette Paesi, è in contatto con organizzatori in tutto il mondo e fornisce consulenza a operatori e autorità culturali (per es. ambasciate, Presenza Svizzera, ecc.).

Ad eccezione del cinema, Pro Helvetia è attiva in tutte le discipline artistiche. Sostiene progetti che spaziano dall'arte figurativa passando per fotografia, design, architettura, letteratura, musica classica contemporanea, jazz, pop, danza e teatro fino ad arrivare ai media digitali interattivi, ai fumetti e alla cultura popolare. Ogni anno pervengono quasi 3500 domande di sussidi, sottoposte a una severa selezione: vengono selezionati soltanto i progetti ad irradiazione nazionale o internazionale. Il collegamento di promozione nazionale e internazionale – uno dei maggiori punti di forza della politica di promozione della Svizzera rispetto a quella di altri Paesi – consente a Pro Helvetia di fornire un sostegno effettivo e coerente. Grazie al contributo determinante della Fondazione, ogni anno nel mondo si tengono circa 3000 eventi culturali svizzeri in oltre 90 Paesi. A ciò si aggiunge un migliaio di progetti culturali in tutte le regioni linguistiche della Svizzera, che possono essere realizzati con il sostegno di Pro Helvetia.

Negli anni passati Pro Helvetia ha soddisfatto gli obiettivi strategici del Consiglio federale. Per quanto riguarda l'efficienza di costi, nonostante l'integrazione di nuovi compiti si sono potute diminuire le spese amministrative dal 14,7 per cento (2011) a circa il 12 per cento (2013). Il mandato di Pro Helvetia come Fondazione autonoma comprende gli ambiti descritti qui di seguito.

Nuove leve

La promozione delle nuove leve fa seguito alla formazione e serve ad acquisire e approfondire l'esperienza professionale. Comprende tre aspetti: identificazione dei talenti, sviluppo del loro potenziale e confronto con un pubblico critico. Per consentire ai talenti di compiere il passo verso la creazione artistica professionale Pro Helvetia, in collaborazione con istituzioni partner di grande esperienza in Svizzera e all'estero, ha sviluppato diverse misure di promozione, che spaziano da programmi di residenza e di coaching a misure promozionali, fino a prevedere sussidi per presentazioni pubbliche e piattaforme che collegano i giovani talenti a livello internazionale.

Creazione artistica

I contributi per la realizzazione di opere e progetti rappresentano la fase successiva alla promozione delle nuove leve e vengono concessi dalla Fondazione agli operatori culturali già affermati a livello nazionale. I contributi per la realizzazione di opere assicurano la continuità della creazione artistica e contribuiscono a far nascere opere di elevata qualità che possono poi essere diffuse con successo in Svizzera e all'estero.

La Fondazione promuove la creazione artistica anzitutto mediante contributi per la realizzazione di opere a compositrici e compositori e scrittrici e scrittori nonché contributi per la

realizzazione di progetti a compagnie teatrali, musicali e di danza e di progetti dedicati ai nuovi media e alle tecnologie digitali mediante un approccio artistico.

Scambi in Svizzera

Pro Helvetia promuove la coesione sociale in Svizzera mediante il sostegno di progetti e manifestazioni culturali che contribuiscono alla comprensione tra comunità regionali, linguistiche e culturali. A tal fine vengono erogati sussidi per tournée, letture, rassegne di concerti, mostre, festival e contratti di prestazioni pluriennali, per esempio con rinomati festival del jazz svizzeri. Inoltre, Pro Helvetia si occupa di temi rilevanti dal punto di vista sociale, politico e culturale in Svizzera, come per esempio la diversità culturale e la cultura digitale.

Scambi culturali con l'estero

La diffusione dell'arte e della cultura svizzera nel mondo è uno dei compiti cardine di Pro Helvetia. La Fondazione stanziava contributi a manifestazioni in tutto il mondo, applica misure di promozione internazionale e finanzia le partecipazioni della Svizzera alle principali manifestazioni internazionali, come le biennali d'arte e le fiere del libro. Le sedi esterne della Fondazione hanno un ruolo chiave nella diffusione attiva della creazione artistica svizzera. Pro Helvetia gestisce un centro culturale svizzero a Parigi (Centre culturel suisse de Paris), finanzia i programmi culturali dell'Istituto Svizzero di Roma, dello Swiss Institute di New York, di Palazzo Trevisan a Venezia e Swissnex a San Francisco e gestisce propri uffici di collegamento al Cairo, Johannesburg, Nuova Delhi e Shanghai. Per esplorare nuovi mercati Pro Helvetia lancia periodicamente programmi di scambio internazionali. L'esempio più recente è il programma «Swiss Made in Russia» (2013–2015). Con «www.swissartsselection.ch» Pro Helvetia gestisce una piattaforma di promozione costantemente aggiornata con oltre un centinaio di produzioni culturali attuali pronte ad andare in tournée offrendo in tal modo una selezione e un orientamento per le rappresentanze diplomatiche e gli organizzatori in Svizzera e all'estero.

Mediazione artistica

Nel settore della mediazione artistica Pro Helvetia contribuisce a sviluppare la prassi di mediazione ancora recente in Svizzera. Promuove i progetti che fungono da esempio per il Paese o quelli che coinvolgono le diverse regioni linguistiche nazionali. La Fondazione sostiene i progetti di mediazione che conquistano il pubblico per un confronto autonomo con le arti e rendono così accessibili opere e rappresentazioni artistiche.

1.3.3 Biblioteca nazionale svizzera

Collaboratrici e collaboratori: 126 posti di lavoro a tempo pieno

Bilancio annuale (preventivo 2014): 35,4 milioni di franchi

Fondata nel 1895, la BN ha il compito di collezionare, inventariare, conservare e mettere a disposizione del pubblico le informazioni, stampate o digitali, che hanno un legame con la Svizzera. L'attuale base legale delle sue attività è la LBNS. Nell'ambito della rete internazionale delle biblioteche nazionali, la BN garantisce ai ricercatori svizzeri ed esteri l'accessibilità delle pubblicazioni svizzere e provvede a conservarle in modo sicuro e duraturo. La BN svolge un ruolo importante per la documentazione dell'identità elvetica. Collabora a stretto contatto con le biblioteche cantonali e universitarie in Svizzera e all'estero, in particolare con le biblioteche nazionali europee.

La BN, che sul piano amministrativo è accorpata all'UFC, è diventata nel 2006 un'unità amministrativa GEMAP, ossia un'unità gestita mediante mandati di prestazione e preventivo globale. L'istituzione comprende due ambiti principali:

- Collezione, che comprende l'acquisizione, la catalogazione e la conservazione;
- Utilizzazione, che comprende il prestito, la consulenza e la mediazione.

Questi due gruppi di prodotti costituiscono la base per il conferimento del mandato di prestazioni pluriennale da parte del Consiglio federale, per la definizione del contratto di prestazioni annuale con l'UFC e per l'attribuzione del preventivo globale.

I documenti sonori svizzeri vengono collezionati, inventariati, resi accessibili e conservati durevolmente dalla Fonoteca Nazionale Svizzera (FN), una fondazione di diritto privato con sede a Lugano. Le collezioni della FN sono in stretta relazione con la storia e la cultura della Svizzera e comprendono documenti sia musicali sia vocali. Le prestazioni della FN sono definite in un contratto di prestazioni concluso con la BN. La LBNS prevede il versamento di sussidi annuali per il finanziamento della FN (cfr. n. 2.2.4).

Collezioni

Il corpus della BN supera ormai i cinque milioni di documenti. La sezione principale è quella degli Helvetica, che comprende circa quattro milioni di pubblicazioni svizzere, perlopiù in forma stampata. Altre collezioni speciali importanti sono:

- l'Archivio svizzero di letteratura (ASL), che conta oltre 330 fondi e lasciti di autori svizzeri e stranieri aventi un legame con la Svizzera;
- il Gabinetto delle stampe, incluso l'Archivio federale dei monumenti storici, che conserva 1,4 milioni di incisioni, fotografie, manifesti, progetti, cartoline postali e materiali d'archivio;
- il Centre Dürrenmatt Neuchâtel (CDN), che ospita l'opera pittorica di Friedrich Dürrenmatt.

Conformemente alla legge, la BN deve collezionare e conservare gli Helvetica a lungo termine, indipendentemente dal supporto sul quale sono registrati; il suo mandato include dunque le pubblicazioni digitali. Nel 2001 ha iniziato a collezionare anche documenti disponibili unicamente in forma digitale, sia su Internet sia su supporti dati. Questa collezione di e-Helvetica conta ormai 1,9 TB di dati. Per quanto riguarda l'archiviazione a lungo termine delle pubblicazioni digitali, e più specificatamente dei siti Internet, in Svizzera la BN ha assunto un ruolo guida che le è riconosciuto anche da altre istituzioni, tra cui le biblioteche cantionali.

Utilizzazione

Tutti possono accedere alla BN per 52 ore alla settimana in loco e 24 ore su 24 via Internet. L'utenza della BN è costituita principalmente da studentesse e studenti e ricercatrici e ricercatori di storia, lettere e storia dell'arte e da bibliotecarie. La BN cerca costantemente di migliorare le prestazioni per i suoi principali gruppi di utenti, segnatamente digitalizzando i documenti stampati, affinché questi possano essere consultati ovunque, direttamente sullo schermo. Per i progetti di digitalizzazione la BN procede a una rigorosa selezione: essa digitalizza unicamente i documenti più utili agli utenti. I settori prioritari per l'attività di digitalizzazione sono la stampa quotidiana elvetica, riviste specializzate, manifesti, ritratti fotografici, stampe e quadri della collezione Gugelmann (cosiddetti Kleinmeister svizzeri), la collezione Friedrich Dürrenmatt, una selezione di fondi tra gli autori presenti nell'ASL. Il 4,6 per mille della collezione generale è stato messo on-line, ovvero circa 10 milioni di pagine,

delle quali circa 5,6 milioni di pagine della stampa, 2,9 milioni di pagine di riviste, 1,3 milioni di pagine di monografie sono state digitalizzate e pubblicate on-line.

La valorizzazione dei documenti dell'ASL passa attraverso la scelta di alcuni gruppi di documenti che sono oggetto di ricerca in cooperazione con istituzioni partner e di pubblicazione di risultati. Questa strategia ha fatto lievitare considerevolmente il numero di richieste che riguardano gli archivi e i lasciti dell'ALS.

Essendo un'istituzione nazionale, la BN non si limita a fornire servizi a un pubblico di ricercatori. Nell'ambito di esposizioni e manifestazioni organizzate periodicamente presso il CDN di Neuchâtel oppure a Berna, le sue collezioni servono come spunto per analizzare argomenti di attualità e animare la discussione. La BN organizza inoltre manifestazioni (serate, letture, convegni, congressi) destinate al grande pubblico o agli specialisti.

1.3.4 Museo nazionale svizzero

Collaboratrici e collaboratori: 130 posti di lavoro a tempo pieno

Sussidi federali (preventivo 2014): 26,1 milioni di franchi

I musei di storia e di storia culturale della Confederazione – Museo nazionale di Zurigo, Castello di Prangins, Forum della storia svizzera di Svitto – e il Centro delle collezioni di Affoltern am Albis formano il polo museale del MNS. Dal 1° gennaio 2010, il MNS è un istituto di diritto pubblico integrato nel DFI dal punto di vista organizzativo-legale. Secondo l'articolo 4 della legge del 12 giugno 2009¹⁴ sui musei e le collezioni (LMC), i suoi musei devono rappresentare la storia della Svizzera, affrontare il tema delle sue molteplici identità e devono essere un centro di competenza per la conservazione, lo studio della conservazione e la logistica di collezioni e depositi. Prima del passaggio alla nuova forma giuridica, il contributo federale al polo museale ammontava a 26,6 milioni di franchi nel 2008 e a 28,5 milioni di franchi, inclusi i sussidi speciali per il progetto «Nuovo Museo nazionale», nel 2009. Dopo lo scorporo il contributo è ammontato a 26,5 milioni di franchi nel 2010 e a 25,4 milioni nel 2011 ed è stato preventivato a 25,2 milioni di franchi nel 2012.

I musei del MNS sono un punto d'attrazione per diversi gruppi di visitatori interessati a questioni storiche e ai relativi nessi con l'attualità.

Esercizio

Negli ultimi anni il MNS ha adempiuto il suo mandato legale e gli obiettivi strategici del Consiglio federale. In seguito alla nuova legislazione, il MNS ha introdotto come strumenti di gestione la pianificazione finanziaria pluriennale e il rapporto sul personale e sui rischi, una contabilità dei costi e delle prestazioni e un sistema di controllo interno, il cosiddetto forecast trimestrale. Quest'ultimo, oltre a una pianificazione dettagliata di entrate e uscite, comprende anche un controllo della liquidità e un piano di investimento.

Dopo che la popolazione della Città e in particolare del Cantone di Zurigo hanno approvato a larga maggioranza i fondi per l'ampliamento del Museo nazionale e che è stato garantito il finanziamento parziale con mezzi di terzi, nel 2012 si è potuto festeggiare l'avvio dei lavori e un anno dopo la posa della prima pietra in presenza di rappresentanti di Confederazione, Cantone e Città.

Collezione

Il Centro delle collezioni di Affoltern am Albis, un ex arsenale del DDPS, ospita oggi la più ricca collezione di storia culturale della Svizzera con circa 840 000 oggetti. Su una superficie di circa 15 000 m² si trovano i depositi, le officine e i laboratori per una collezione unica nel suo genere di artigianato e artigianato artistico, dalla preistoria al presente. Le collezioni custodiscono il patrimonio materiale e immateriale e rappresentano le fonti e il punto di partenza per le attività di ricerca e per le mostre del MNS. Una strategia collezionistica aggiornata ogni anno serve come base per decidere i nuovi arrivi: registra i corpus, ne descrive il potenziale, decide le epoche da collezionare e definisce le strategie per ampliare i corpus. Per l'Ottocento e il Novecento si è puntato ad ampliare il corpus tradizionale di tessili, mobili, grafica e fotografia, anche nell'ambito di collaborazioni con archivi cantonali, associazioni industriali e collezioni private. Per garantire la rappresentatività dei corpus contemporanei servono come base le statistiche sulle economie domestiche e le analisi delle tendenze.

Mostre

La politica espositiva, che alterna serie di mostre su collezioni e sul contesto storico di temi d'attualità, oltre alle mostre temporanee, prevede anche l'allestimento di mostre permanenti sulla storia svizzera. Il Museo nazionale di Zurigo tematizza la storia politica ed economica soprattutto in tempi moderni, mentre il Forum della storia svizzera di Svitto nella Svizzera centrale presenta gli albori della vecchia Confederazione e la nascita della *Landsgemeinde*. Le strutture feudali appartenenti anche alla storia svizzera, come nei territori sotto la sovranità di Berna, sono in mostra al Castello di Prangins, nel Cantone di Vaud. La mostra permanente sul barone di Prangins e sulla sua famiglia è dedicata alle tre generazioni che hanno vissuto nel castello. Negli ultimi anni il polo museale ha potuto registrare un maggiore afflusso di pubblico. La nuova programmazione delle mostre ha reso decisamente più interessanti le diverse sedi. Si è riusciti ad attirare nuovi gruppi di visitatori e a rendere più proficue le prestazioni fornite.

Collaborazioni nella ricerca e nella formazione

Progetti nell'ambito dello studio della conservazione e dell'analisi degli oggetti sono effettuati regolarmente in collaborazione con istituzioni svizzere ed estere. Queste collaborazioni garantiscono l'interazione internazionale del MNS e consentono un finanziamento progettuale basato sui partenariati. Vi rientrano le collaborazioni con il Victoria and Albert Museum di Londra, il Castello del Buonconsiglio di Trento e il Mode Museum di Anversa. Le università possono usufruire di moduli formativi sulla conservazione dei beni culturali e sulla museologia: gli studenti provenienti dalla Svizzera e dall'estero possono frequentare programmi orientati alla pratica ed essere seguiti nei loro lavori di bachelor e di master.

Uno degli auspici principali del MNS è quello di sostenere docenti di qualsiasi livello di formazione nonché i bambini e i giovani a trovare un accesso alla storia della Svizzera e alla propria storia. Nel 2012 oltre 2260 classi scolastiche hanno visitato le mostre del MNS. La collaborazione con l'Associazione svizzera degli insegnanti e con le alte scuole pedagogiche sostiene la pedagogia museale del MNS. Con il DDPS sussiste una collaborazione nell'ambito della formazione militare. I partenariati con Pro Senectute e Procap Svizzera – per persone con handicap consentono a particolari target di avere accesso alla storia.

1.4

Analisi del contesto

In quanto parte integrante della politica sociale, la politica culturale può fornire il proprio contributo e proporre le proprie soluzioni per affrontare e sfruttare in modo positivo gli sviluppi sociali incisivi. La futurologia definisce gli orientamenti di questi processi trasformativi «megatrend», ovvero grandi processi trasformativi sociali i cui effetti si estendono su scala mondiale e su vari decenni. Partendo dalle informazioni inerenti a questi megatrend, la seguente analisi del contesto ha lo scopo di identificare le sfide più importanti che la politica culturale sarà chiamata ad affrontare in futuro.

Quali siano i megatrend determinanti per la politica culturale è una questione di giudizi. Il Consiglio federale ritiene che, nel futuro assetto della politica culturale federale, assumeranno un'importanza strategica soprattutto le cinque tendenze seguenti:

- La *globalizzazione* crea uno scambio accelerato e rafforzato di capitali, beni, persone e informazioni. Il mondo diventa multipolare, la mobilità aumenta. Gli artisti e gli operatori culturali hanno scambi con il mondo intero e l'importanza delle cooperazioni bilaterali e multilaterali aumenta. Le aziende attive nel settore culturale (case editrici, produttori cinematografici, ecc.) e gli operatori culturali devono imporsi nella concorrenza internazionale per ottenere finanziamenti, attenzione e pubblico. Nel settore della cultura, dei media e dell'intrattenimento cresce la pressione sugli attori più piccoli. Questa tendenza può provocare una riduzione delle forme di espressione e delle offerte culturali e rappresenta perciò una sfida per tutelare la diversità culturale.
- In seguito ai progressi della *digitalizzazione*, nell'era dell'informazione e della comunicazione gli strumenti d'informazione analogici vengono integrati e in parte sostituiti dagli strumenti d'informazione digitali. I nuovi canali di distribuzione influenzano a lungo termine la produzione e la vendita dei beni culturali. In ambito musicale, letterario e cinematografico, in particolare, si è registrato un ribaltamento generale dell'intera filiera. Al contempo cambia il comportamento dei consumatori, per esempio per quanto riguarda l'esigenza di fruire di contenuti testuali e audiovisivi senza vincoli temporali o spaziali. Alle innovazioni tecniche sono connesse anche nuove opportunità: nascono nuovi formati artistici (come, per esempio, i progetti interdisciplinari) e anche nuovi servizi fortemente innovativi. I produttori più piccoli possono sfruttare i canali vantaggiosi della distribuzione digitale e in questo modo accedere ai mercati di nicchia. Inoltre le nuove conquiste della tecnica moltiplicano anche le possibilità di partecipare alla vita culturale (p. es. autopubblicazione, blog culturali).
- Il *cambiamento demografico* si traduce in Svizzera in un'aspettativa di vita più elevata (invecchiamento demografico) e nell'aumento della percentuale della popolazione con un passato migratorio. Le conseguenze di questo fenomeno sono l'aumento generale della popolazione, così come la crescente eterogeneità o addirittura la frammentazione della società. In Svizzera oggi vivono sempre più persone di lingue, religioni, culture e nazionalità differenti. Questo sviluppo rappresenta una sfida per la coesione sociale e la comprensione tra le comunità linguistiche e culturali della Svizzera.
- L'*individualizzazione* si rafforza soprattutto a causa dell'aumento del reddito e del livello di istruzione nonché della maggiore disponibilità di tempo libero negli ultimi decenni. Le classiche entità fondanti (chiesa, Stato, partiti politici, principali media, ecc.) perdono la loro posizione dominante nella trasmissione di valori. Nella «società

multiopzionale» si crea una nuova diversità di forme di vita. Il pubblico culturale diventa quindi sempre più eterogeneo e le aspettative e le esigenze per quanto riguarda l'offerta culturale divergono sempre più. Il pubblico culturale legato alle certezze della tradizione è diventato un pubblico eterogeneo, con comportamenti e gusti culturali difficili da prevedere. L'offerta culturale risulta quindi in forte competizione con le altre offerte per il tempo libero.

- L'*urbanizzazione* porta all'aumento del numero di Comuni e alla creazione di agglomerati sempre più grandi. Solo il 25 per cento circa della popolazione svizzera vive oggi in comuni rurali. Le città assistono a un ripopolamento e diventano centri ad alta concentrazione di industrie creative. L'offerta culturale nelle zone rurali, invece, va scomparendo. La pressione dello sviluppo e la frammentazione degli insediamenti compromettono la qualità strutturale dell'ambiente edificato. Negli agglomerati urbani, la compattazione e il risanamento energetico aumentano la pressione sugli edifici e impianti storici e sul patrimonio archeologico e rappresentano una sfida per la cultura architettonica.

Le misure concrete con cui la Confederazione risponderà alle sfide legate alle tendenze illustrate qui sopra sono descritte nel numero 1.6 in generale e nel numero 2 nello specifico per i diversi ambiti culturali.

1.5 Approcci per una politica culturale nazionale

Gli sviluppi descritti nel numero 1.4 pongono la politica culturale svizzera di fronte a sfide che interessano parimenti tutti i livelli statali e richiedono risposte comuni:

I megatrend rappresentano incisivi sviluppi sociali e comportano cambiamenti fondamentali a tutti i livelli, dalla produzione al consumo della cultura. Come esempio esplicativo si possono citare i ribaltamenti determinati dalla globalizzazione e dalla digitalizzazione in ambito letterario: per quanto riguarda la produzione, gli autori si orientano sempre più verso l'autopubblicazione e rinunciano a pubblicare le proprie opere con le classiche case editrici. All'interno di queste ultime, inoltre, si assiste a un processo di concentrazione e aggiustamento del mercato sempre più forte. Per quanto riguarda la distribuzione, le librerie on-line acquisiscono quote di mercato crescenti, a scapito delle librerie tradizionali. I libri elettronici conquistano sempre più pubblico. Questi sviluppi, qui citati solo sommariamente, lasciano tracce profonde nel panorama letterario svizzero e compromettono, per citare solo un esempio, l'esistenza della stessa editoria svizzera e, di conseguenza, la qualità e diversità della produzione letteraria del Paese. Se la promozione culturale svizzera vuole accettare questi cambiamenti, attutirne le conseguenze negative a livello politico e sfruttare le possibilità connesse, allora è necessario un intervento comune da parte degli attori principali a tutti i livelli statali. In ogni caso è chiaro che gli sviluppi descritti sono troppo estesi per poter essere influenzati dai progetti di un singolo promotore culturale.

Nonostante questa constatazione, nella promozione della cultura manca ancora una concertazione programmatica, salvo alcune eccezioni, tra i diversi attori statali. Tutti i livelli statali al momento dispongono delle proprie politiche culturali e delle proprie strategie di promozione della cultura. I cambiamenti descritti rendono tuttavia più necessario che mai lo sviluppo di risposte comuni da parte del settore pubblico alle sfide comuni che si pongono, al fine di creare una politica culturale nazionale. Questa collaborazione può anche contribuire a migliorare la coesione sociale e rafforzare l'identità nazionale.

«Politica culturale nazionale» significa che le sfide sono analizzate insieme e che sono elaborate misure comuni per rispondere a queste sfide. Come esempio di un simile intervento comune nell'ambito della politica culturale nazionale futura possiamo nuovamente citare la promozione letteraria, in cui già in passato si sono compiuti i primi passi verso una politica culturale nazionale coerente: nel 2012 e 2013 la Confederazione, i Cantoni e le Città hanno effettuato una rilevazione comune sulla promozione pubblica della letteratura in Svizzera («Panoramica 2011»¹⁵). Sulla base dei risultati dell'indagine, il Consiglio federale ha proposto di rafforzare la promozione della letteratura attraverso l'applicazione di nuove misure, che saranno attuate a partire dal 2016 (n. 2.1.4). Al momento i partner statali nell'ambito del «Dialogo culturale nazionale» stanno discutendo le modalità con cui i Cantoni, le Città e i Comuni potranno rafforzare la promozione della letteratura e in quale modo si potrà giungere a una politica letteraria nazionale coerente.

Il «Dialogo culturale nazionale» è stato lanciato il 25 ottobre 2011 da Confederazione, Cantoni, Città e Comuni con lo scopo di rafforzare la collaborazione tra i vari livelli dello Stato. Questo progetto rappresenta il contesto adatto in cui delineare i contenuti di una politica culturale nazionale. Spetta quindi ai diversi partner statali discutere insieme i campi di azione e l'orientamento dei contenuti della politica culturale nazionale. Nel periodo 2012–2015, nel quadro dei programmi di lavoro stabiliti congiuntamente, si sono già discussi diversi temi, come la politica estera, la danza, la politica dei musei e dei monumenti storici e la statistica della cultura. Secondo il Consiglio federale sarebbe auspicabile che i principali assi d'azione, decisi dalla Confederazione per la propria attività promozionale nel periodo 2016–2019, si riflettessero anche sulla politica culturale nazionale (cfr. n. 1.6.1). Perciò il Consiglio federale si aspetta che i Cantoni, le Città e i Comuni partecipino attivamente al «Dialogo culturale nazionale» e che in futuro siano più disposti a discutere i temi inerenti alla politica culturale che rientrano primariamente nella loro sfera di competenze.

1.6 Politica culturale della Confederazione 2016–2019

1.6.1 Principali assi d'azione della Confederazione

Per determinare i principali assi d'azione della Confederazione nel periodo 2016–2019 occorre partire dagli obiettivi della promozione culturale della Confederazione previsti nelle pertinenti basi legali (Costituzione federale, legge sulla promozione della cultura, leggi speciali, accordi internazionali), già descritte dettagliatamente nel messaggio sulla cultura 2012–2015¹⁶. Riassumendo gli obiettivi formulati nelle basi legali, i principali obiettivi della promozione culturale della Confederazione possono essere descritti nel modo seguente, senza seguire un ordine gerarchico:

- *Conservare i beni culturali materiali e immateriali in Svizzera:* tutelare i siti archeologici, i monumenti, gli insediamenti storici e i beni culturali mobili; raccogliere, pubblicare, conservare e diffondere informazioni (cartacee, audio, video e web) che riguardano la Svizzera; tutelare e ravvivare il patrimonio culturale immateriale in Svizzera; impedire il furto, il saccheggio, l'importazione e l'esportazione illecite di beni culturali; sostenere in modo professionale il lavoro di documentazione, archiviazione e raccolta.

¹⁵ Promozione della letteratura in Svizzera, Misure istituzionali, Panoramica 2011, Berna 2013, consultabile sul sito www.bak.admin.ch Temi > Letteratura > Politica della letteratura.

¹⁶ FF 2011 2717 seg.

- *Promuovere un'offerta culturale variata e di elevata qualità*: promuovere il libero sviluppo delle produzioni culturali e artistiche a livello professionale in tutte le discipline; creare condizioni quadro vantaggiose per le istituzioni e le organizzazioni culturali; sostenere le nuove leve di artisti; promuovere lo scambio tra le iniziative culturali pubbliche, della società civile e private.
- *Migliorare la partecipazione culturale di tutti i gruppi della popolazione*: rafforzare la formazione culturale e musicale, così come le competenze interculturali; rendere accessibile la cultura a tutti i gruppi della popolazione in egual misura; promuovere le attività culturali di operatori non professionisti e delle relative organizzazioni; promuovere la mediazione artistica e culturale.
- *Rafforzare la coesione sociale all'insegna della diversità*: rafforzare la consapevolezza della popolazione riguardo alle culture presenti in Svizzera; promuovere lo scambio tra le comunità linguistiche e culturali; salvaguardare il quadrilinguismo come caratteristica distintiva della Svizzera; tutelare i diritti delle minoranze linguistiche e culturali; garantire la libertà linguistica, tutelare e promuovere le lingue minoritarie; sostenere il plurilinguismo individuale e istituzionale nelle lingue nazionali.
- *Garantire lo scambio culturale con l'estero*: coltivare uno scambio culturale florido ed equilibrato con l'estero; far conoscere il patrimonio e le produzioni culturali svizzere all'estero; diffondere nei mercati esteri le produzioni culturali svizzere; rafforzare la tutela degli interessi, la comunicazione e la cura dell'immagine all'estero.
- *Contribuire all'attrattiva della Svizzera come luogo per scambi formativi ed economici*: rendere accessibile e sfruttare il potenziale creativo, innovativo ed economico della cultura; migliorare e sviluppare le condizioni quadro dell'economia della cultura; diffondere l'offerta culturale del Paese nel settore turistico (per es.: musei e collezioni).

Gli obiettivi menzionati si trovano anche, formulati in maniera analoga, nelle leggi cantonali sulla cultura. A questo proposito è importante tenere presente che questi obiettivi non sono ordinati gerarchicamente, ma hanno tutti la stessa importanza. Sia la politica culturale nazionale sia la politica culturale della Confederazione devono puntare a raggiungere questi obiettivi. In base ai diversi contesti culturali e politici e alle diverse condizioni quadro, il perseguimento dei singoli obiettivi potrà essere di volta in volta rafforzato o accentuato.

Considerati gli obiettivi summenzionati, nonché le tendenze e le sfide evidenziate nell'analisi del contesto (n. 1.4), la Confederazione intende orientare la propria politica di promozione della cultura a medio termine verso i tre assi d'azione strategici elencati di seguito:

- *Partecipazione culturale*: in quanto parte della politica sociale, la politica culturale interessa l'intera popolazione e le sue relazioni reciproche. La partecipazione culturale prevede la partecipazione attiva e passiva, possibilmente numerosa, alla vita e al patrimonio culturale. Rafforzare la partecipazione culturale significa stimolare il confronto individuale e collettivo con la cultura e la partecipazione attiva all'impostazione della vita culturale. Le possibilità di rafforzare la partecipazione culturale spaziano dal migliorare l'accesso all'offerta culturale fino alla promozione delle attività degli operatori culturali non professionisti passando dalla mediazione dell'arte e della cultura. Partecipando alla vita culturale si contrastano le polarità presenti nella società. Si tratta di una risposta fondamentale alle sfide poste da una società culturalmente eterogenea. Chi partecipa alla vita culturale è consapevole della propria im-

pronta culturale, sviluppa una propria identità culturale e contribuisce così alla diversità culturale della Svizzera.

- *Coesione sociale*: la diversità influenza l'insieme dei valori culturali, delle tradizioni e delle forme espressive della Svizzera ed è di conseguenza un elemento che forgia essenzialmente l'identità culturale. Il riconoscimento della diversità culturale della società e il rispetto delle minoranze linguistiche e culturali sono presupposti importanti per la coesione e la pace sociale del Paese. Questo perché il dialogo tra comunità linguistiche culturali diverse e lo scambio all'interno e all'esterno delle minoranze sociali possono avvenire soltanto quando queste ultime hanno la possibilità di esprimersi liberamente. Al contempo, non vanno sottovalutati gli effetti del cambiamento demografico e dell'individualizzazione. Le tendenze illustrate nel numero 1.4 pongono la coesione sociale di fronte a nuove sfide. La politica culturale deve reagire a questa evoluzione usando gli strumenti e le opportunità specifiche a disposizione e deve rafforzare gli elementi che promuovono il dialogo.
- *Creazione e innovazione*: nella promozione culturale statale è stato rilevato finora che il valore intrinseco della cultura consiste nel «permettere all'individuo di capire se stesso e il mondo che lo circonda, di capire l'altro e farsi capire dall'altro»¹⁷. Sebbene questa affermazione sia indubbiamente vera, la cultura assume anche altre dimensioni: possiede infatti un grande potenziale per influenzare positivamente la creatività e la forza innovativa di uno Stato. La produzione artistica e culturale è quindi un importante laboratorio di sperimentazione per le questioni del futuro e avvia importanti processi di innovazione e rinnovamento. Di fronte all'importanza sociale dell'innovazione, lo sviluppo di competenze culturali e creative è fondamentale per la competitività del Paese a livello internazionale e contribuisce a rafforzare l'immagine di una Svizzera creativa all'estero. Per sfruttare fino in fondo questo potenziale, la politica culturale deve tutelare e promuovere con maggiore coerenza tutti quei processi creativi e lavorativi orientati al futuro in contesti interdisciplinari, multimediali e digitali. Inoltre, deve essere intensificata la collaborazione al confine tra promozione di cultura, innovazione ed economia.

1.6.2 Principali novità della promozione della cultura da parte della Confederazione 2016–2019

Nel periodo 2016–2019 sono previste varie novità per la politica culturale della Confederazione. Esse si articolano essenzialmente lungo i già citati tre assi d'azione:

- *Partecipazione culturale*: in primo luogo, la Confederazione intende promuovere l'accesso fisico, intellettuale e finanziario alla cultura mediante misure adatte (cfr. n. 2.2.5). In secondo luogo vuole intensificare i propri sforzi nella promozione della formazione musicale ad attuazione della nuova disposizione costituzionale sulla formazione musicale, accolta dal popolo e dai Cantoni il 23 settembre 2012: le misure attuali saranno ampliate e saranno introdotte nuove misure, segnatamente un programma «gioventù + musica» (cfr. n. 2.2.5). In terzo luogo, la Confederazione intende ampliare la promozione della lettura e, a complemento del sostegno accordato finora alle organizzazioni, sostenere in futuro anche singoli progetti, come per esem-

pio la promozione di festival di letteratura per bambini e giovani o di giornate di lettura (cfr. n. 2.2.5). Per fare conoscere al pubblico le collezioni d'arte della Confederazione, sarà realizzata una «galleria nazionale virtuale» (cfr. n. 2.2.1). A prescindere da queste nuove misure specifiche, tutte le istituzioni culturali della Confederazione focalizzeranno la partecipazione culturale nelle loro attività, per esempio nel quadro della politica bibliotecaria e museale.

- *Coesione sociale*: la coesione sociale dovrà essere migliorata mediante cinque misure. Nell'ambito della letteratura saranno promosse maggiormente le traduzioni nelle lingue nazionali (cfr. n. 2.1.4). Mezzi supplementari a favore dell'insegnamento dell'italiano dovrebbero permettere di migliorare la posizione dell'italiano al di fuori della Svizzera italiana (cfr. n. 2.2.6). Occorrerà inoltre intensificare gli scambi tra le regioni linguistiche per far partecipare il maggior numero possibile di giovani a progetti di scambi scolastici (cfr. n. 2.2.6). La Confederazione intende rafforzare la coesione sociale e la comprensione reciproca tra i gruppi demografici anche intensificando gli scambi culturali in Svizzera già promossi da Pro Helvetia (cfr. n. 2.2.6). La messa a punto di una strategia per promuovere la cultura architettonica contemporanea permetterà di creare uno spazio vitale di qualità che assumerà una funzione identitaria (cfr. n. 2.2.3). Infine dovranno essere migliorate le condizioni di vita dei nomadi svizzeri come minoranza culturale (cfr. n. 2.2.7).
- *Creazione e innovazione*: nel periodo 2012–2015 sono stati intrapresi primi passi nella cooperazione tra promozione culturale, industria e promozione economica e dell'innovazione per quanto riguarda il design e i media digitali interattivi. Questa cooperazione dovrà essere portata avanti e intensificata nel 2016–2019 (cfr. n. 2.1.2 e 2.4.1) con l'obiettivo di realizzare una promozione coordinata dell'innovazione e dello start-up che permetta alle aziende dell'industria creativa di sfruttare del tutto il loro potenziale creativo e di posizionare con successo i loro prodotti sul mercato nazionale e internazionale. In ambito cinematografico sarà introdotta la promozione della location: il nuovo marchio «PICS – Promozione degli investimenti cinematografici in Svizzera» fisserà nuovi incentivi finanziari per incoraggiare i film svizzeri e le coproduzioni svizzere a produrre maggiormente in Svizzera e a generarvi valore aggiunto. Il relativo strumento di promozione dovrà migliorare la concorrenzialità internazionale della Svizzera come sede della produzione cinematografica (cfr. n. 2.1.7).

Ulteriori novità del periodo 2016–2019 sono illustrate nel numero 2. Tra queste rientrano per esempio l'ampliamento delle attività internazionali di Pro Helvetia e l'apertura del nuovo edificio del MNS nel 2016. Ad attuazione delle novità già citate occorrono mezzi supplementari quantificati nel numero 3.

1.7 Risultati della consultazione

[...]

1.8 Stralcio di interventi parlamentari

Trasmettendo il messaggio sulla cultura possono essere tolti dal ruolo i cinque interventi parlamentari seguenti:

I postulati 12.3195 (Savary) e 12.3327 (Recordon) chiedono di valutare la situazione del mercato svizzero del libro e di individuare in che modo sia possibile affrontare la difficile situazione della letteratura svizzera e del libro in Svizzera. Il presente messaggio risponde a entrambi i postulati (cfr. n. 2.1.4).

La mozione 12.4017 (CEC–N) e l’interpellanza 12.3624 (Markwalder) chiedono di adeguare la cosiddetta clausola di garanzia del pluralismo allo sviluppo della tecnica al fine di garantire la diversità dell’offerta cinematografica svizzera anche in futuro. Il Consiglio federale chiede in merito al Parlamento una revisione di legge (cfr. n. 4.1).

Il postulato 12.4055 (Bulliard–Marbach) chiede di valutare in che modo si possano portare alla luce le opere della collezione d'arte della Confederazione. Il presente messaggio fornisce informazioni al riguardo e soddisfa dunque il postulato (cfr. n. 2.2.1).

2 Ambiti di promozione della politica culturale

2.1 Creazione artistica e culturale

L'arte, il design, il teatro, la letteratura, la danza, la musica e il cinema hanno il potere di emozionare, coinvolgere e stimolare le persone. Confrontarsi con le arti affina la propria percezione e consapevolezza e sviluppa il gusto individuale. Soffermarsi ad ascoltare, osservare e pensare aumenta le capacità di concentrarsi, esprimersi e giudicare. La creazione artistica e culturale si scontra con i limiti tentando di superarli. Offre spunti per confrontarsi con la realtà favorendo le discussioni sui valori e le norme sociali. Veicola e rafforza valori fondamentali come l'uguaglianza e la democrazia ed è un fattore importante per la coesione sociale e la formazione culturale delle identità.

La promozione della creazione artistica e culturale è un compito centrale dello Stato. Implica lo sfruttamento del potenziale artistico e culturale a favore di una società pacifica e democratica, della formazione e della realizzazione degli individui e della capacità economica e innovativa dello Stato.

Secondo la legge federale sulla promozione della cultura (LPCu), la Confederazione deve promuovere un'offerta culturale variata e di alta qualità e creare condizioni quadro favorevoli per gli operatori culturali. Nell'ambito delle sue competenze, la Confederazione completa le attività dei Cantoni, delle Città e dei Comuni e sostiene unicamente progetti e organizzazioni di interesse nazionale.

Nell’ambito della creazione artistica professionale, in virtù della LPCu la Confederazione espleta i compiti seguenti:

- Promozione della creazione artistica (art. 20 LPCu) compresa la promozione delle nuove leve (art. 11 LPCu);
- Sostegno degli scambi culturali all'interno del Paese (art. 21 LPCu) e Promozione della mediazione artistica (art. 19 LPCu);
- Diffusione della creazione artistica all'estero e sostegno degli scambi con altre culture (art. 21 LPCu);
- Assegnazione di premi e riconoscimenti (art. 13 LPCu);
- Sostegno di organizzazioni di operatori culturali (art. 14 LPCu).

Promozione della creazione artistica

La Confederazione promuove la creazione artistica nelle diverse discipline mediante contributi per la realizzazione di opere, committenze e acquisti (arte e design) nonché contributi per la realizzazione di progetti. L'accento viene posto sulla creazione artistica contemporanea e su modelli di promozione globali che includono tutte le tappe: dalla creazione alla diffusione fino alla mediazione. La promozione artistica deve essere sempre aperta ai nuovi sviluppi, come l'avvento di formati interdisciplinari e la crescente importanza del digitale nella produzione, nella diffusione e nella fruizione dell'arte e della cultura. Questo vale in particolare per i progetti che rappresentano un ponte tra la cultura, le scienze e l'economia nonché per i progetti artistici interdisciplinari e transmediali. La priorità «Cultura digitale» ha permesso di maturare importanti esperienze in questi ambiti nel periodo 2012–2015.

I contributi per la realizzazione di opere sono un elemento centrale della promozione delle carriere. Rappresentano la fase successiva della promozione delle nuove leve e contribuiscono alla creazione di opere di alta qualità che possono essere diffuse con successo in Svizzera e all'estero. La promozione delle nuove leve della Confederazione si rivolge ai talenti fino ai 35 anni di età che presentano un potenziale per intraprendere una carriera nazionale o internazionale. La Confederazione sviluppa le proprie misure in collaborazione con istituzioni riconosciute in Svizzera e all'estero, ricorrendo principalmente a strumenti quali i programmi di residenza, di coaching e di mentorato, la mediazione e la promozione delle opportunità di pubblicazione, apparizione e scambio e il sostegno dei processi progettuali e creativi.

Nel promuovere la creazione artistica, la Confederazione sostiene anche la cultura popolare: in particolare i progetti che si confrontano in maniera innovativa con le tradizioni o che sono rilevanti per la tutela e lo sviluppo della cultura popolare svizzera. Nel 2012 ha lanciato il «Fondo cultura popolare Pro Helvetia» al fine di tenere maggiormente conto delle esigenze specifiche della cultura popolare, in particolare nell'ambito delle nuove leve.

Scambi e mediazione in Svizzera

Gli scambi culturali all'interno del Paese sono fondamentali ai fini di una vita culturale dinamica e di una profonda comprensione della cultura propria e di quelle altrui. La Confederazione promuove gli scambi culturali attraverso contributi per la realizzazione di progetti di tournée, letture, mostre, serie di concerti, spettacoli e traduzioni che consentano di presentare e diffondere la creazione artistica e culturale svizzere nelle diverse regioni del Paese.

Anche la mediazione svolge un ruolo importante nella diffusione dell'arte sul territorio nazionale. La mediazione artistica ha lo scopo di rendere più accessibili e comprensibili al pubblico le opere, le rappresentazioni e i processi artistici. In questo ambito, la Confederazione si concentra sulla promozione di progetti che, grazie a un approccio innovativo, contribuiscono allo sviluppo della prassi della mediazione, oppure di progetti che coinvolgono diverse regioni linguistiche del Paese.

Diffusione internazionale

Gli operatori artistici e culturali sono importanti ambasciatori della Svizzera all'estero, in quanto diffondono un'immagine innovativa, aperta e variegata del Paese. Essere presenti sulla scena internazionale è essenziale anche per una carriera artistica di successo (fama, evoluzione artistica) e garantisce, segnatamente nelle coproduzioni, il finanziamento e la valorizzazione delle opere.

Spesso il mercato interno è troppo piccolo per garantire un successo a lungo termine a operatori artistici e culturali, ma d'altra parte l'ingresso sul mercato internazionale è irto di difficoltà.

Questa situazione è stata aggravata dalla crisi finanziaria che ha colpito l'Europa e dal basso corso dell'euro. Il sensibile calo del volume dei compensi e dei contributi alle coproduzioni sul piano internazionale, specialmente su quello europeo, e l'elevato costo della vita in Svizzera costituiscono un ostacolo crescente alla competitività degli artisti svizzeri nel contesto europeo.

Per consentire agli artisti svizzeri di affermarsi sul mercato internazionale, la Confederazione promuove la diffusione della creazione artistica svizzera all'estero attraverso diverse misure: contributi a progetti per presentazioni pubbliche (mostre, spettacoli, tournée, festival, serie di concerti, rassegne di letture), pubblicazioni in media specializzati e promozione dello scambio di conoscenze a livello internazionale. Per garantire una diffusione sostenibile della cultura svizzera sono necessarie strutture culturali all'estero, programmi di scambio e di residenza nonché la promozione attiva di informazioni sulla cultura in Svizzera e sugli artisti, le loro opere e i loro progetti (cfr. n. 2.1 e 2.3.2). A seconda delle possibilità, la Confederazione partecipa inoltre a programmi internazionali di promozione che offrono agli artisti la possibilità di accedere alla scena internazionale e di beneficiare di incentivi e cooperazioni (cfr. n. 2.3.1).

Premi e riconoscimenti

Attraverso l'attribuzione di premi e riconoscimenti la Confederazione intende onorare le prestazioni degli artisti svizzeri e mettere in luce il loro valore a livello nazionale e internazionale. I premi e i riconoscimenti vanno intesi come una conferma a livello nazionale. A prescindere della somma di denaro assegnata, l'attribuzione di un premio costituisce un riconoscimento ufficiale per l'artista e la sua opera che gli assicura una risonanza mediatica. I premi della Confederazione sono quindi al tempo stesso uno strumento d'incentivazione e di promozione e una pietra miliare nella carriera di ogni vincitrice e vincitore.

I premi sono attribuiti, in base a una procedura di concorso e all'inoltro di una documentazione, a produzioni e opere particolarmente innovative e originali che denotano approcci insoliti e sono realizzate con professionalità. I riconoscimenti sono invece conferiti tramite nomination (senza presentazione di documentazioni) e mirano a onorare una lunga e significativa carriera artistica. Poiché i premi e i riconoscimenti si differenziano essenzialmente solo nella procedura di aggiudicazione, qui di seguito si parlerà solo di premi.

Nel periodo 2012–2015 la Confederazione attribuisce per la prima volta premi in tutte le discipline artistiche: arte (arte, architettura, mediazione), design, letteratura, danza, teatro e musica. In ogni disciplina vengono assegnati anche dei Gran Premi il cui scopo è di valorizzare una carriera artistica eccezionale e l'opera di una vita. Tutte le scelte sono raccomandate da commissioni extraparlamentari nominate dal Consiglio federale (arte e design) o da giurie nominate dal DFI (teatro, letteratura, danza, musica). Il conferimento di un premio è associato anche a diverse misure di comunicazione e promozione sul piano nazionale e internazionale: le vincitrici e i vincitori così come le opere premiate vengono presentate al pubblico nell'ambito di manifestazioni tematiche.

Anche nel periodo 2016–2019 si rafforzerà ulteriormente l'irradiamento dei premi. Per promuovere l'importanza dei premi svizzeri sulla scena nazionale e internazionale sono previste diverse misure promozionali a favore delle vincitrici e dei vincitori, segnatamente in collaborazione con Pro Helvetia e le rappresentanze svizzere all'estero.

Organizzazioni degli operatori culturali

Le organizzazioni culturali sono il veicolo della pluralità culturale, sia che rappresentino operatori professionisti sia che consentano ai dilettanti di assistere e partecipare alle attività culturali. Proprio per questo sono importanti partner della Confederazione nell'impostazione

e nell'attuazione della sua politica culturale. Il principio della sussidiarietà esige che la Confederazione sostenga unicamente organizzazioni attive sul piano nazionale.

Le organizzazioni di artisti e operatori culturali professionisti difendono gli interessi dei loro membri nei confronti delle autorità e delle istituzioni, informandoli e consigliandoli su questioni come le condizioni di lavoro, la sicurezza sociale, la formazione e il perfezionamento, la mediazione e l'utilizzazione delle loro opere nonché la politica culturale e sociale.

Nel periodo di finanziamento 2012–2015 sono state sostenute, nell'ambito di contratti di prestazioni, 15 organizzazioni di artisti e operatori culturali professionisti delle diverse discipline. Di principio, questo sostegno dovrebbe proseguire anche nel periodo 2016–2019 anche se la Confederazione auspica una stretta collaborazione tra le organizzazioni delle singole discipline, in modo da ridurre il numero di beneficiari degli aiuti finanziari. La Confederazione ha finanziato anche organizzazioni di dilettanti che svolgono attività culturali (cfr. n. 2.2.5).

2.1.1 Arti visive

Situazione iniziale

Promozione della creazione artistica

Dal 2012 la Confederazione è in grado di sostenere i talenti eccezionali nelle arti visive, che presentano il potenziale per intraprendere una carriera a livello nazionale o internazionale. In questo senso la Confederazione promuove sia residenze in località estere artisticamente rinomate e prime apparizioni a mostre internazionali d'arte sia iniziative curatoriali di spazi d'arte autogestiti (cosiddetti spazi off) o di piccole e medie istituzioni. Nell'ambito della fotografia, sostiene la creazione di libri fotografici nonché l'elaborazione di progetti di giovani fotografe e fotografi (inclusi i programmi di mentorato). Diversamente dalle altre discipline, nelle arti visive, inclusa la fotografia, la Confederazione non assegna per ora contributi per la realizzazione di opere.

Scambi e mediazione in Svizzera

La Confederazione sostiene le mostre e gli interventi di artiste e artisti svizzeri presso prestigiose istituzioni d'arte della Svizzera. Assume inoltre una parte dei costi di stampa e traduzione di monografie e di pubblicazioni tematiche con chiaro riferimento storico-artistico alla Svizzera. Nella ricerca di un riconoscimento internazionale, la prima pubblicazione monografica costituisce un importante biglietto da visita per i giovani artisti. Ed è proprio questo tipo di pubblicazione che Pro Helvetia offre agli artisti particolarmente promettenti attraverso la *Collection Cahiers d'Artistes* pubblicata a scadenze annuali. Questi quaderni sono messi a disposizione del vasto pubblico nel corso di Art Basel attraverso una mostra, performance o discussioni pubbliche e diffusi in seguito su importanti piattaforme in Svizzera e all'estero. Nell'ambito della mediazione, la Confederazione promuove progetti che coinvolgono il pubblico e consentono lo scambio di conoscenze a livello europeo.

Diffusione internazionale

La partecipazione della Svizzera alle Biennali di Venezia e del Cairo rappresenta per gli artisti e gli architetti una vetrina ai vertici internazionali.¹⁸ A dare maggiore risonanza alla

¹⁸ La Svizzera partecipa dal 1920 alla Biennale di Venezia (dal 1991 alla Biennale di architettura) e dal 1988 alla Biennale del Cairo. I rappresentanti della Svizzera alle Biennali sono scelti da una giuria indipendente. Nel 2012 la Svizzera è stata rappresentata da Miroslav Šik, nel 2013 da Valentin Carron e nel 2014 da Hans Ulrich Obrist. Nell'attuale periodo creditizio la Biennale del Cairo non ha avuto luogo.

presenza svizzera a Venezia contribuisce il *Salon Suisse*, un ricco programma di eventi che favorisce lo scambio tra personalità della scena artistica internazionale. Le manifestazioni mirano a far conoscere il panorama artistico svizzero alle curatrici e ai curatori attivi sul piano internazionale. Qualora concorrano a lanciare un progetto, hanno diritto a contributi per mostre e pubblicazioni. La Confederazione sostiene esposizioni di artisti elvetici presso istituzioni estere riconosciute internazionalmente. Le arti visive svolgono un importante ruolo anche nel lavoro dei centri culturali svizzeri all'estero, in particolare dello Swiss Institute di New York, che si dedica quasi esclusivamente a questa disciplina.

Premi e riconoscimenti

I Premi svizzeri d'arte (categorie: artisti, architetti, mediatori d'arte e di architettura) sono attribuiti dal 1899. Il Gran Premio svizzero d'arte / Prix Meret Oppenheim¹⁹ (distinzione per l'opera di una vita) è stato istituito nel 2001. Questi premi sono accompagnati da diverse misure promozionali: l'esposizione *Swiss Art Awards*, organizzata a Basilea fin dal 1994, presenta la creazione artistica svizzera sia agli specialisti del settore sia al grande pubblico. I cataloghi e il sito www.swissartawards.ch consentono di accedere alle manifestazioni oltre gli orari di apertura.

Organizzazioni degli operatori culturali

L'associazione Visarte, sostenuta dalla Confederazione in qualità di organizzazione professionale, rappresenta gli artisti di arte visiva in Svizzera.

Sfide

Il contesto internazionale cambia e i confini tra le istituzioni indipendenti, sostenute dai poteri pubblici, e le gallerie commerciali sono diventati più flessibili. L'importanza delle principali fiere d'arte (Art Basel, Art Basel Miami, Frieze London ecc.) cresce e anche i Paesi asiatici e latinoamericani dispongono oggi di scene artistiche dinamiche che rivestono un ruolo di spicco nella diffusione dell'arte svizzera. Persino gli organizzatori attivi in ambiti alternativi (scene off, spazi d'arte indipendenti) si orientano sempre di più verso l'estero partecipando anche a festival per spazi d'arte internazionali. Ma i costi delle mostre all'estero (in particolare per il trasporto e i premi assicurativi) aumentano di continuo. Pertanto, al fine di garantire alla scena artistica svizzera una visibilità internazionale duratura è fondamentale concentrarsi su un lavoro di promozione professionale che curi sistematicamente i rapporti con gli organizzatori.

La crescente commercializzazione del mondo dell'arte necessita di spazi per la creazione di opere innovative.

Obiettivi e misure

Le misure di promozione esistenti verranno mantenute anche nel periodo 2016–2019. Le sfide illustrate vanno affrontate come segue:

La Confederazione ha introdotto i contributi per la realizzazione di opere d'arte visiva (fotografia inclusa), colmando così una lacuna nella promozione delle carriere. È necessario potenziare la presenza dell'arte svizzera alle Biennali e ad altre importanti mostre e istituzioni internazionali. I programmi di visite organizzati sistematicamente in Svizzera per esposi-

¹⁹ I vincitori del Prix Meret Oppenheim sono stati: il pittore Niele Toroni, l'architetto paesaggista Günther Vogt e la commissaria alle esposizioni Bice Curiger, nel 2012; l'artista Thomas Huber, gli architetti Quintus Miller & Paola Maranta e il commissario alle esposizioni Marc-Olivier Wahler, nel 2013.

tori e critici d'arte provenienti dal mondo intero conferiscono alle artiste e agli artisti svizzeri una notorietà internazionale.

Accanto a queste misure occorre lanciare un portale on-line coordinato su scala nazionale: una «mappa dell'arte svizzera», che fornisca agli attori internazionali delle arti visive informazioni esaustive sugli spazi d'arte, sulle istituzioni, sugli artisti e sui curatori. Il coordinamento di una tale piattaforma, che dovrebbe essere sviluppata anche come applicazione per dispositivi mobili, è parte integrante di una promozione globale dell'arte svizzera.

2.1.2 Design

Situazione iniziale

Promozione della creazione artistica

La Svizzera vanta una lunga tradizione nel campo del design: design industriale e dei prodotti (inclusi moda e tipografia), design grafico e comunicazione visiva, architettura d'interni e arredamento. E infatti l'economia del design, con oltre 7500 aziende e più di 26 000 addetti è uno dei principali segmenti dell'economia culturale svizzera²⁰. Attualmente si contano circa 3000 studenti di design iscritti in sette scuole universitarie professionali di diritto pubblico.

Dal 2012 Pro Helvetia è responsabile della promozione delle opere e delle nuove leve nell'ambito del design. Nel 2014 ha lanciato un progetto pilota, basato su un'analisi svolta in collaborazione con professionisti del design, dell'economia e della ricerca, il cui obiettivo è quello di aiutare i giovani designer ad affermarsi sul mercato grazie a tre misure complementari: contributi per la realizzazione di progetti di ricerca e di progettazione; contributi per la realizzazione di opere e in particolare per l'allestimento di prototipi; programmi di mentorato individuali sulle questioni legate all'ingresso sul mercato. Nell'attuare queste misure, Pro Helvetia collabora con partner attivi nella promozione dell'economia culturale e dell'innovazione, in particolare con la Commissione per la tecnologia e l'innovazione (CTI), rappresentata con due seggi nella giuria del concorso pilota. In questo modo si crea un ponte tra i diversi mondi, garantendo un'armonizzazione ottimale degli strumenti esistenti e la complementarietà di quelli nuovi. La promozione delle nuove leve è parte integrante del modello della promozione coordinata del design in Svizzera, lanciata nel 2013 da UFC, Pro Helvetia e *Engagement Migros*. Questi tre partner hanno sviluppato, in sintonia con l'ambiente del design, delle misure armonizzate che rispondono alle esigenze specifiche del design nazionale creando nel contempo un ponte con il contesto internazionale.

Diffusione internazionale

Per diffondere il design svizzero su scala mondiale, la Confederazione ha sviluppato diversi strumenti di promozione (mostre itineranti e CD-ROM). Negli ultimi tempi sostiene inoltre in modo mirato importanti formati di design svizzeri, come *Mode Suisse*, una piattaforma per giovani stilisti di moda. I vincitori del concorso «I più bei libri svizzeri» vengono presentati all'estero nel quadro di fiere librerie internazionali o di mostre curate dalla Confederazione. Nel 2014, il libro *Meret Oppenheim. Worte nicht in giftige Buchstaben einwickeln* ha vinto inoltre la Lettera d'oro, la massima distinzione del settore, al concorso internazionale dei più bei libri del mondo.

²⁰ Ufficio federale di statistica, Censimento delle aziende, Neuchâtel, 2008.

Premi e riconoscimenti

Dal 1918 si tiene annualmente il Concorso federale di design che contempla complessivamente 20 premi per le diverse discipline. La mostra e il sito Internet www.swissdesignawards.ch fungono da piattaforme di mediazione e da vetrine del design svizzero.

Dal 2007 la Confederazione assegna il Gran Premio di design²¹. Questa distinzione ricompensa l'opera di una vita e premia le personalità o le aziende che danno risalto al design svizzero a livello nazionale e internazionale.

Il concorso «I più bei libri svizzeri» favorisce gli scambi professionali tra gli ambiti della grafica, dell'editoria e della produzione. È accompagnato da una pubblicazione in quattro lingue e da una mostra allestita in diverse località svizzere.

Organizzazioni degli operatori culturali

L'associazione *Form Forum* è sostenuta dalla Confederazione in qualità di organizzazione professionale che sostiene l'orientamento del design elvetico all'artigianato artistico.

Sfide

Nel design si osserva una parziale sovrapposizione degli obiettivi della promozione della cultura, dell'economia e dell'innovazione. Tuttavia, diversamente da altri Paesi, la Svizzera non dispone ancora di modelli di promozione armonizzati e complementari. Eppure il potenziale è notevole, i costi di produzione per l'elaborazione di nuovi prodotti e prestazioni sono elevati e il lancio delle opere sul mercato è complesso a causa della forte competitività. Di conseguenza, le nuove leve fanno spesso fatica a sviluppare i propri lavori e a immetterli sul mercato.

Molti designer lavorano in Svizzera con buoni risultati. Tuttavia il mercato interno è troppo piccolo per un successo duraturo e l'accesso alla scena internazionale è difficile. Benché la qualità dei nostri prodotti abbia una buona reputazione, capita spesso che gli organizzatori di altri Paesi non conoscano nei dettagli la pluralità dell'industria svizzera del design.

Obiettivi e misure

Per promuovere in maniera mirata il design svizzero, Pro Helvetia inserirà il progetto pilota del periodo di finanziamento 2012–2015 in un sistema di promozione sistematica e coordinata del design. L'obiettivo è quello di incentivare le competenze progettuali e creative dei designer talentuosi, agevolare la fondazione di start-up e permettere loro l'accesso al mercato nazionale e internazionale in collaborazione con la promozione della cultura, dell'economia e dell'innovazione. Nello sviluppare il modello è fondamentale che la promozione dell'economia e dell'innovazione non subentrino in un secondo tempo alla promozione della cultura, ma che tutte e tre interagiscano fin dall'inizio (cfr. n. 2.4.1).

Per consentire ai designer svizzeri di posizionarsi meglio sul mercato internazionale, servono strumenti di promozione aggiornati. Invece delle attuali mostre itineranti, in futuro verranno sviluppati in collaborazione con il DFAE e con i partner dell'economia e della promozione delle esportazioni nuovi formati che consentano di rafforzare la presenza dei designer svizzeri a fiere e piattaforme prestigiose. Inoltre i curatori attivi sui principali mercati esteri come la Danimarca e l'Olanda verranno avvicinati al design svizzero, al fine di migliorare le loro

²¹ I vincitori del Gran Premio svizzero di design sono stati: Gavillet&Rust, Franco Clivio e Karl Gerstner, nel 2012; Trix e Robert Haussmann, Armin Hofmann e Martin Leuthold; nel 2014, Erich Biehle, Alfredo Häberli e Wolfgang Weingart, nel 2013.

conoscenze su questo ambito. Ai giovani designer verrà data la possibilità di lavorare presso importanti aziende estere. Rafforzando le proprie attività all'estero, la Svizzera si distingue complessivamente come nazione del design, il che contribuisce a offrire un'immagine innovativa del nostro Paese fuori dai confini nazionali.

2.1.3 Teatro

Situazione iniziale

Promozione della creazione artistica

La Confederazione assegna contributi per la realizzazione di opere a compagnie teatrali indipendenti, affinché possano profilarsi con opere inedite in un contesto internazionale. Dal 2012, insieme alle Città e ai Cantoni, sostiene una selezione di compagnie teatrali nell'ambito di accordi di promozione cooperativa. La promozione delle nuove leve avviene in collaborazione con istituzioni partner in Svizzera e all'estero e comprende mentorati, piattaforme di lancio, progetti di cooperazione e programmi per giovani autrici e autori di teatro.

Scambi e mediazione in Svizzera

In considerazione del suo riferimento al testo, il teatro è più legato alle aree linguistiche rispetto ad altre discipline artistiche. La Confederazione promuove gli scambi e la mediazione in Svizzera sia attraverso il sostegno alle traduzioni e alle sottotitolazioni sia attraverso gli inviti a incontri teatrali in altre regioni linguistiche. Investe in piattaforme di promozione, come le *Journées de Théâtre Suisse Contemporain*, gli incontri teatrali svizzeri costituiti nel 2014, e il festival di teatro per bambini e ragazzi SPOT. Crea incentivi alla presentazione di spettacoli in altre regioni linguistiche, attraverso contributi alle tournée, e promuove il cabaret in collaborazione con l'Associazione artisti-teatri-promozione (atp).

Diffusione internazionale

La Confederazione sostiene gli spettacoli e le tournée di produzioni teatrali svizzere all'estero. Per consentire alle compagnie indipendenti e istituzionali di partecipare a importanti festival e manifestazioni, investe nella promozione, per esempio invitando organizzatori internazionali in Svizzera, favorendo le pubblicazioni nei media specializzati e sostenendo le vetrine e le piattaforme elvetiche presso rinomati teatri di altri Paesi. Ai fini della diffusione è inoltre importante curare i contatti internazionali, partecipando a progetti di reti europee come per esempio l'IETM *réseau international pour les arts du spectacle* o il progetto SPACE (*Supporting Performing Arts Circulation in Europe*), una piattaforma di istituzioni culturali nazionali finalizzata alla diffusione delle arti performative in Europa.

Premi e riconoscimenti

I Premi svizzeri di teatro vengono assegnati a partire dal 2014 a opere teatrali eccezionali. Il Gran Premio svizzero di teatro / Anello Hans Reinhart costituisce il maggiore riconoscimento, seguito da altre distinzioni che ricompensano i più svariati contributi in ambito teatrale. Vengono insigniti di un premio anche le attrici e gli attori eccezionali per una prestazione straordinaria nella scena teatrale svizzera. Sono considerate tutte le regioni del Paese e tutte le tendenze del teatro. I premi sono accompagnati da diverse misure di comunicazione e di promozione.

Organizzazioni degli operatori culturali

La Confederazione sostiene l'Associazione artisti-teatri-promozione, l'Associazione creatori teatrali indipendenti, l'*Association suisse du théâtre pour l'enfance et la jeunesse*, lo *Schweizerischer Bühnenkünstlerverband*, il *Syndicat Suisse Romand du Spectacle* e l'Associazione Rete Teatri Associati della Svizzera Italiana, che in qualità di organizzazioni professionali difendono gli interessi delle artiste e degli artisti della scena teatrale svizzera. Delle dodici organizzazioni sovvenzionate prima del 2012, ne sono rimaste sei nel corso del quadriennio in rassegna.

Sfide

Le compagnie teatrali indipendenti collaborano sempre di più con produttori e gruppi esteri. Parallelamente, le reti e i progetti finanziati dall'UE acquisiscono un'importanza crescente. Molte compagnie giovani si affacciano sul mercato, mentre i festival, soprattutto in Europa, devono fare i conti con risorse finanziarie massicciamente ridotte. Il lavoro di promozione e diffusione diventa quindi sempre più importante. Le compagnie indipendenti ricevono sì contributi per la realizzazione di progetti con i quali finanziare creazioni e tournée, ma non percepiscono di norma nessun sussidio d'esercizio, il che impedisce loro di creare strutture professionali per gestire le tournée in modo duraturo. Di conseguenza, devono riorganizzarsi di continuo e in genere non riescono a mettere in scena un numero sufficiente di volte nemmeno le produzioni di ottima qualità.

In Svizzera la diffusione della produzione teatrale si trova di fronte a una duplice sfida. La prima consiste nella persistente difficoltà delle compagnie indipendenti di ritagliarsi uno spazio in aree linguistiche diverse dalla loro, la seconda risiede nella necessità di disporre di una politica di promozione che persegua la coesione nazionale sia tenendo conto maggiormente delle differenze demografiche e sociali tra le regioni linguistiche sia favorendo gli scambi. Questo rispecchia anche la funzione del teatro che è in grado di riprendere e riflettere direttamente temi sociali d'attualità.

Una caratteristica delle creazioni teatrali contemporanee è quella delle produzioni ibride che accostano elementi del teatro, della danza, della musica, della scenografia, dei nuovi media e dell'arte performativa. Queste produzioni sono meno legate alla lingua rispetto alle forme di teatro tradizionali e possono quindi essere rappresentate più facilmente in altre regioni linguistiche o all'estero. Al contempo sono difficilmente attribuibili a una disciplina artistica e non rientrano quindi negli schemi della promozione culturale.

Obiettivi e misure

Le misure di promozione esistenti verranno mantenute anche nel periodo 2016–2019. Le sfide illustrate saranno affrontate come segue:

La competitività internazionale delle compagnie svizzere può essere salvaguardata solo appoggiando in modo sostanziale le loro tournée e le coproduzioni internazionali. Occorre inoltre intensificare le attività di promozione sia attraverso una maggiore presenza nei festival internazionali (Avignone, Edimburgo, Bruxelles, ecc.) sia attraverso la professionalizzazione delle compagnie teatrali indipendenti, in particolare nell'ambito della gestione delle produzioni e delle tournée. Le forme di produzione interdisciplinari vanno incoraggiate maggiormente su scala internazionale e divulgate all'interno delle rispettive reti mediante misure specifiche.

La Confederazione intende favorire la coesione sociale all'interno del Paese incentivando gli scambi tra i diversi gruppi culturali e sociali. A tale scopo dovrà sostenere maggiormente i

festival e gli organizzatori più consolidati che si concentrano sulla creazione teatrale svizzera o che la presentano in contesti internazionali. Così facendo si rafforzerà sia la coesione sia la presenza e il riconoscimento di importanti compagnie svizzere nel loro Paese e nel contempo si coinvolgeranno maggiormente le strutture periferiche nella loro promozione, a tutto vantaggio della pluralità dell'offerta culturale.

2.1.4 Letteratura

Situazione iniziale

La letteratura svizzera è confrontata con sfide complesse dettate dalla convivenza di più lingue e di tradizioni culturali diverse. Essenziale per la coesione nazionale nella sua diversità, l'accesso a queste diverse forme di espressione svolge un ruolo di prim'ordine. Ma il contesto letterario svizzero è anche teatro di ribaltamenti tipicamente contemporanei che esigono nuove risposte. Vari interventi parlamentari e domande del settore, tra cui la petizione degli autori e delle autrici per un diritto di prestito (*tantième* di biblioteca) così come la votazione popolare dell'11 marzo 2012 sul prezzo fisso dei libri dimostrano l'importanza della questione letteraria sul piano nazionale.

Per affrontare queste sfide in modo coerente è stato creato un gruppo di lavoro denominato «politica della letteratura» costituito da rappresentanti dell'UFC, di PH, della CDAC e della CCC. Questo gruppo ha analizzato tra l'altro il sostegno dei poteri pubblici alla letteratura nel rapporto «Panoramica 2011»²², allo scopo di identificare le lacune del sistema dei sussidi e di individuare le misure necessarie per tutelare e rafforzare la vitalità del paesaggio letterario.

Promozione della creazione artistica

La promozione della Confederazione si traduce in offerte specifiche per giovani talenti di tutti gli stili letterari e si estende dai programmi di residenza e coaching agli accordi con riviste e organizzatori che offrono alle nuove leve l'opportunità di pubblicare opere e farsi conoscere. I contributi per la realizzazione di opere offrono la possibilità alle scrittrici e agli scrittori affermati delle quattro lingue nazionali di concentrarsi a lungo su un nuovo lavoro. Nell'ottica di promuovere un paesaggio letterario variegato, la Confederazione assegna contributi ai costi di stampa alle autrici e agli autori di regioni linguistiche, come quella romancia e italoфона, nelle quali la pubblicazione di testi letterari potrebbe risultare compromessa dalla particolare situazione sul mercato.

Scambi e mediazione in Svizzera

Nella Svizzera plurilingue e in un mercato letterario sempre più internazionale, la traduzione assume un ruolo particolare, in quanto è l'unico strumento che garantisce al pubblico di altre lingue l'accesso alla letteratura svizzera. Senza un incentivo finanziario federale di una certa entità, la letteratura svizzera rischierebbe di rimanere confinata entro la propria area linguistica. Pertanto la Confederazione ha rafforzato il suo impegno in tal senso nell'ambito del polo d'intervento temporaneo sulla traduzione «Moving Words 2009–2012». Questa iniziativa ha permesso di far tradurre un maggior numero di libri svizzeri in patria e all'estero e di pubblicizzarli in modo più incisivo. Oggi la traduzione letteraria gode di maggiore riconoscimento all'interno del settore. In collaborazione con organizzatori professionisti di eventi letterari, la Confederazione propone inoltre progetti di mediazione che consentono al publi-

²² Cfr. nota 15.

co di scoprire e confrontarsi con la letteratura contemporanea. Promuove scambi e attività di promozione sostenendo finanziariamente gli eventi letterari di importanza sovregionale che includono nel programma autrici e autori di varie regioni linguistiche e danno loro visibilità attraverso manifestazioni di pubblico interesse. Per tenere conto del mutamento tecnologico, la Confederazione sostiene ora anche le piattaforme di promozione digitale. Per concludere si può affermare che la promozione della letteratura è oggetto di uno sforzo particolare (cfr. n. 2.2.5).

Diffusione internazionale

La letteratura svizzera è strettamente interconnessa con le realtà letterarie dei Paesi linguisticamente imparentati: le scrittrici e gli scrittori svizzeri pubblicano infatti anche in Germania, in Austria, in Francia e in Italia e gli editori elvetici tentano di conquistare questi mercati attraverso attività promozionali. In questo contesto la Confederazione incoraggia la partecipazione delle case editrici svizzere alle fiere librerie internazionali, nell'ambito delle quali vengono presentati al pubblico (specializzato) la letteratura elvetica e i loro autori e, qualora la Svizzera sia l'invitata d'onore (come a Mosca nel 2013 e a Lipsia nel 2014), viene dato particolare risalto alla sua cultura.

Il lavoro di promozione della Confederazione presso agenzie, traduttrici e traduttori, case editrici, la cooperazione con reti internazionali di traduttori (p. es. Traduki) e le presentazioni promozionali (p. es. «12 Swiss books») contribuiscono a dare visibilità alla letteratura svizzera all'estero. La Confederazione assegna sussidi per la traduzione a case editrici straniere e finanzia, in cooperazione con partner istituzionali competenti, la qualifica di traduttori internazionali di testi letterari svizzeri. Sostiene le tournée di lettura e le mostre letterarie all'estero e fornisce alle biblioteche, alle ambasciate e alle istituzioni letterarie del mondo intero una selezione di novità editoriali di spicco di tutte le regioni linguistiche del Paese, allo scopo di rendere accessibile la letteratura svizzera ai moltiplicatori di cultura impegnati e ai ricercatori internazionali.

Premi e riconoscimenti

I Premi svizzeri di letteratura, istituiti nel 2012, ricompensano ogni anno opere letterarie selezionate da una giuria di esperti indipendenti nominati dal DFI. Uno o due Gran Premi²³ sono attribuiti a scrittori, mentre un premio speciale è assegnato a traduttori e mediatori (in alternanza). I premi coinvolgono le quattro regioni linguistiche e tengono conto della diversità dei generi letterari. La premiazione è accompagnata da diverse misure di promozione per favorire l'accesso del pubblico a queste opere.

Organizzazioni degli operatori culturali

L'Associazione Autrici ed Autori della Svizzera, sostenuta dall'UFC in qualità di organizzazione professionale, difende gli interessi degli autori e dei traduttori svizzeri o residenti in Svizzera.

Sfide

La diversità del panorama letterario svizzero è sotto pressione e deve essere difesa e coltivata (sulle conseguenze della globalizzazione e della digitalizzazione per il panorama letterario cfr. n. 1.5). Gli scambi, garantiti in particolare dalla traduzione letteraria e dalla creazione di occasioni e luoghi d'incontro (riviste letterarie, eventi, sostegno alle istituzioni e agli editori)

²³ I vincitori dei Gran Premi svizzeri di letteratura sono stati: Jean-Marc Lovay, Erica Pedretti e Fabio Pusterla, nel 2013, Philippe Jaccottet, Paul Nizon e Christoph Ferber, nel 2014.

svolgono un ruolo importante in questo senso, in quanto consentono di allacciare i contatti tra i diversi operatori letterari e i loro lettori. Alla base della diversità letteraria vi sono il plurilinguismo svizzero, una realtà sociale multiculturale e la varietà delle case editrici ripartite sul territorio. Questa diversità rafforza la promozione e la diffusione sul piano sia nazionale sia internazionale.

Nella Svizzera quadrilingue i giovani traduttori letterari sono praticamente scomparsi. A causa della crescente pressione economica, le traduzioni letterarie sono diventate un rischio che gli editori svizzeri non sono disposti a correre. A livello internazionale questa tendenza viene acuita ulteriormente dalla forza del franco svizzero, il che compromette anche la presenza della letteratura elvetica negli altri Paesi.

Anche la digitalizzazione, intesa come evoluzione globale, comporta delle nuove sfide. È fondamentale che la Svizzera segua da vicino quest'evoluzione tecnologica partecipando attivamente al suo sviluppo. Le condizioni di lavoro degli operatori culturali interessati – in particolare i piccoli e medi editori – devono essere favorevoli agli investimenti e in questo contesto vanno difesi anche i diritti d'autore.

Gli editori e i librai attraversano un momento molto delicato. Gli editori ricevono sussidi per progetti specifici, per cui devono dare la priorità a queste attività sacrificando il lavoro critico e immateriale caratteristico dell'editoria (la ricerca, la lettura critica, l'esame dei manoscritti, i rapporti con gli autori, la mediazione, ecc.). In questi ultimi anni, il numero delle case editrici e degli addetti è diminuito, mentre la quantità dei libri pubblicati resta stabile. A medio termine questa situazione determinerà inevitabilmente un calo della qualità e della varietà della letteratura svizzera.

La critica letteraria regredisce e varie riviste sono state obbligate a chiudere. Di conseguenza, sulla scena letteraria svizzera si sono ridotte le possibilità di uno scambio critico pubblico sull'argomento e, per ora, le numerose piattaforme sorte in Internet non riescono a garantire una qualità costante nel dibattito critico.

Obiettivi e misure

Gli obiettivi del precedente messaggio sulla cultura sono mantenuti, mentre devono essere rafforzate le misure di sostegno esistenti. Deve essere proseguito e consolidato il lavoro di coordinamento sul piano nazionale tra i tre livelli dello Stato. Parallelamente, in risposta alle diverse sfide menzionate in precedenza, tre settori necessitano di un sostegno pubblico urgente per affrontare le sfide attuali : l'editoria, la traduzione letteraria e le riviste letterarie.

Le case editrici contribuiscono ampiamente a garantire la varietà del paesaggio letterario svizzero e la sua accessibilità. È quindi indispensabile accrescere il sostegno strutturale a loro destinato, affinché possano portare avanti e potenziare il lavoro creativo e immateriale che producono a monte della mera realizzazione «materiale» di un progetto, ma anche affrontare le esigenze connesse con la digitalizzazione. Se da un lato il lavoro immateriale consolida il ruolo culturale degli editori, dall'altro una struttura forte consente loro di trovare le risorse necessarie per seguire attivamente gli sviluppi tecnici. L'UFC intende quindi sviluppare dei contratti di prestazioni quadriennali da stipulare, in base a un concorso, con editori delle quattro regioni linguistiche.

La traduzione letteraria favorisce in maniera determinante gli scambi e la coesione tra le regioni, facilitando nel contempo l'accesso ai testi letterari in Svizzera e all'estero. Occorre prendere spunto dai risultati positivi del polo d'intervento temporaneo sulla traduzione «Moving Words». Pro Helvetia intende rilanciare gli accordi pluriennali con editori svizzeri

e internazionali per la pubblicazione di traduzioni letterarie, sospesi nel 2013, che attribuiscono un'importanza particolare alle attività promozionali. Le competenze traduttive in Svizzera devono essere potenziate attraverso mentorati, mandati di traduzione legati a case editrici, workshop e programmi di residenza. I contributi della Confederazione agli onorari dei traduttori letterari hanno dato segnali incoraggianti e vanno pertanto incrementati.

È necessario accordare un maggiore sostegno strutturale alle riviste letterarie affinché possano rafforzare il loro ruolo di piattaforme di scambio, indipendentemente dal loro formato (elettronico e/o cartaceo). Le riviste letterarie contribuiscono inoltre al dialogo e alla coesione tra le regioni linguistiche, favorendo anche l'accesso del vasto pubblico alla letteratura. L'UFC intende quindi sostenere le strutture delle riviste letterarie attraverso un concorso per l'ottenimento di contratti di prestazione quadriennali, che avranno come priorità gli scambi e l'accesso alla letteratura.

2.1.5 Danza

Situazione iniziale

Promozione della creazione artistica

La Confederazione assegna contributi per la realizzazione di opere a compagnie di danza indipendenti affermate, contribuendo così alla nascita di spettacoli competitivi su scala internazionale. Le compagnie che si esibiscono regolarmente all'estero devono poter disporre di una promozione che vada oltre l'aiuto sporadico. Pertanto, la Confederazione sostiene dal 2006 insieme alle Città e ai Cantoni diverse compagnie, attualmente dieci, attraverso accordi di promozione cooperativa triennali concernenti la loro attività di creazione e di tournée. Questi accordi consentono loro di sviluppare una strategia a lungo termine e di migliorare la pianificazione e la flessibilità. Dalle valutazioni condotte regolarmente emerge che questo strumento è diventato imprescindibile per le compagnie attive a livello internazionale.

Scambi e mediazione in Svizzera

La danza contemporanea è una disciplina artistica relativamente giovane e di conseguenza ha ancora un pubblico piuttosto modesto al di fuori dei centri urbani. A maggior ragione, assume una notevole valenza la mediazione che la Confederazione sostiene attraverso progetti pilota e la creazione di competenze specifiche nelle diverse regioni. Negli ultimi anni è stato potenziato il coordinamento tra i servizi preposti alla promozione della cultura e rafforzata la collaborazione tra le diverse regioni, al fine di riunire le forze attorno alla promozione della danza. La Conferenza permanente per la danza, un organo di coordinamento composto da rappresentanti della Confederazione, della CDPE, della Conferenza delle Città in materia culturale e di associazioni professionali, si incontra diverse volte all'anno allo scopo di favorire gli scambi. Nell'ambito di un accordo congiunto vengono coordinati importanti aspetti e finanziati progetti. *reso-Tanznetzwerk Schweiz* assume un ruolo centrale coordinando le attività regionali e lanciando e assistendo progetti pilota a livello nazionale.

Diffusione internazionale

Le compagnie di danza sono importanti ambasciatrici della Svizzera all'estero, in quanto essendo in genere multietniche veicolano l'immagine di una nazione innovativa, aperta e pluralista. Una compagnia che lavora ai massimi livelli necessita di contributi alla coproduzione da parte di organizzatori stranieri, il che è possibile unicamente attraverso una presen-

za internazionale costante. La Confederazione sostiene le tournée delle compagnie indipendenti e dei corpi di ballo istituzionali. Appoggia i gruppi indipendenti più attivi sulla scena internazionale con accordi di promozione cooperativa triennali e finanzia piattaforme di promozione come le Giornate di danza contemporanea svizzera, alle quali invita organizzatori da ogni parte del mondo.

Premi e riconoscimenti

I Premi svizzeri di danza, assegnati dal 2013, ricompensano a scadenze biennali le produzioni attuali e le prestazioni eccellenti nell'ambito della danza. Il principale riconoscimento è il Gran Premio svizzero di danza.²⁴ Altri premi svizzeri di danza sono assegnati a una danzatrice e a un danzatore eccezionale e a un contributo straordinario alla danza. La creazione attuale di danza viene ricompensata sulla base di un concorso. In alternanza ai premi di danza si svolge un concorso per il patrimonio della danza. Il premio è accompagnato da misure di comunicazione e di promozione (cfr. www.tanzpreise.ch).

Organizzazioni degli operatori culturali

Le associazioni *Danse Suisse* e *reso* sono sostenute dalla Confederazione in qualità di organizzazioni professionali che difendono gli interessi della disciplina in Svizzera.

Sfide

Gli spettacoli di danza contemporanea si tengono prevalentemente nei principali centri urbani svizzeri. Per le compagnie, le opportunità di esibirsi a livello sovraregionale sono limitate. Tuttavia le tournée interne sono fondamentali, sia perché consentono alle opere ma anche alle artiste e agli artisti di maturare attraverso il contatto con il pubblico sia perché apportano una visibilità adeguata all'impegno investito nella produzione di uno spettacolo.

Per svilupparsi e persistere, la creazione di danza deve indirizzarsi necessariamente verso un contesto internazionale. Le compagnie devono poter contare su tournée regolari e produzioni internazionali, che però richiedono una gestione professionale sull'arco di tutto l'anno. Tuttavia, le compagnie in genere non percepiscono contributi d'esercizio e non possono quindi permettersi di affidare a manager professionisti gli aspetti della promozione, della diffusione e della gestione delle tournée duratura. Cercano quindi di compensare questo inconveniente procurandosi contributi sostanziali alla coproduzione di organizzatori esteri, ma il valore effettivo di questi aiuti internazionali viene fortemente ridotto dall'elevato corso del franco.

Le reti internazionali e le case di coproduzione concentrano le loro risorse, erose dalla crisi, su pochi artisti. In questa dinamica la cooperazione con queste reti e la promozione attiva assumono grande importanza.

Obiettivi e misure

Le misure di promozione esistenti saranno mantenute e ottimizzate nel periodo 2016–2019. Le sfide illustrate vanno affrontate come segue:

Dal 2014 in Svizzera esiste una formazione di danza contemporanea di livello universitario. Nel prossimo periodo creditizio deve essere incrementata la promozione delle nuove leve al fine di incentivare al meglio le diplomate e i diplomati ed evitare che si trasferiscano all'estero così da rafforzare la scena della danza in Svizzera.

²⁴ Il vincitore del Gran Premio svizzero di danza 2013 è stato Martin Schläpfer.

Nelle zone periferiche mancano organizzatori che mettano regolarmente in cartellone spettacoli di danza contemporanea e dispongano della necessaria infrastruttura. A breve e medio termine è necessario incentivare i festival e gli organizzatori che programmano già eventi di danza contemporanea a presentare più gruppi svizzeri. La Confederazione può favorire la diffusione sostenendo i festival e gli organizzatori che si concentrano sulla creazione di danza oppure che nei loro programmi di respiro sovraregionale inseriscono e presentano al pubblico opere svizzere in un contesto internazionale. È necessario ottimizzare con i Cantoni e le Città interessati le misure che a suo tempo erano state lanciate nell'ambito della promozione coordinata della danza.

La competitività delle compagnie svizzere all'estero può essere garantita solo incrementando la promozione finanziaria delle tournée. Questo provvedimento dovrebbe permettere di compensare le perdite sugli ingaggi e sui contributi alla coproduzione che le compagnie svizzere subiscono a causa del forte corso del franco. È inoltre necessario intensificare la cooperazione attiva con reti internazionali selezionate e rafforzare la presenza svizzera ai principali festival internazionali della danza con formati come saloni e presentazioni di artisti. La Confederazione verifica, d'intesa con le Città e i Cantoni, l'eventualità di creare e sostenere uffici di produzione e diffusione per dare vita a strutture efficienti che possano sostenere direttamente varie compagnie nella diffusione delle loro produzioni e consigliare i loro manager nell'organizzazione delle tournée.

2.1.6 Musica

Situazione iniziale

Promozione della creazione artistica

La Confederazione assegna contributi per la realizzazione di opere a compositrici e compositori e sostiene la produzione e la diffusione nazionale e internazionale di supporti audio negli ambiti della musica pop e jazz. Promuove inoltre le opere svizzere dentro e fuori dai confini nazionali attraverso contributi a prime rappresentazioni nell'ambito di festival e serie di concerti rinomati. Per favorire un passaggio diretto dalla formazione alla carriera solistica, la Confederazione sostiene le giovani compositrici e i giovani compositori e i gruppi eccezionali nel loro percorso verso una carriera internazionale. Questa promozione delle nuove leve avviene prevalentemente attraverso progetti pluriennali come i programmi di residenza e di coaching sviluppati in stretta collaborazione con istituti partner consolidati in Svizzera e all'estero. Il lancio, durante lo scorso periodo di finanziamento, del progetto triennale *Œuvres Suisses* ha già contribuito in maniera sostanziale all'elaborazione di un nuovo repertorio di brani orchestrali svizzeri contemporanei e all'ulteriore affermazione di importanti orchestre professionali svizzere su scala internazionale.

Scambi e mediazione in Svizzera

In ambito musicale la Confederazione sostiene soprattutto festival e serie di concerti che includono nel programma produzioni di altre regioni linguistiche. Per esempio ha introdotto contratti di prestazione pluriennali con determinati festival svizzeri di jazz. Nell'ambito della mediazione musicale appoggia prevalentemente progetti che si propongono di rendere accessibile la musica contemporanea al vasto pubblico, stimolandolo a confrontarsi con queste opere.

Diffusione internazionale

La Confederazione aiuta la creazione musicale svizzera ad affermarsi in un contesto internazionale, promuovendo le tournée di ensemble e gruppi elvetici con sussidi una tantum o accordi pluriennali (promozione prioritaria del jazz, *Œuvres Suisses*) e incentivando le interpretazioni di opere svizzere contemporanee da parte di orchestre e gruppi stranieri. Sostiene inoltre, in stretta cooperazione con festival internazionali, le rassegne di musica jazz e pop svizzera contemporanea. La diffusione mirata della creazione musicale svizzera richiede un intenso lavoro di promozione che la Confederazione espleta insieme a diversi partner attraverso la partecipazione a fiere internazionali, collane di pubblicazioni (*Grammont Portraits*, sampler per singole discipline, ecc.), il portale *Internet Swiss Vibes* e l'invito di organizzatori internazionali a festival svizzeri. I sussidi a *Swiss Music Export* e alla Fondazione cma contribuiscono ulteriormente alla diffusione internazionale della musica pop e della canzone d'autore svizzere.

Premi e riconoscimenti

Il Gran Premio svizzero di musica è stato lanciato nel 2014 e viene assegnato ogni anno. Coinvolge tutti gli stili musicali e tutte le regioni linguistiche. Dopo una prima selezione basata su un esame, la giuria federale della musica, organo indipendente, sceglie quindici finalisti, tra i quali raccomanda il vincitore o la vincitrice del Gran Premio svizzero di musica. La premiazione viene accompagnata da diverse misure di promozione che favoriscono l'accesso al pubblico.

Organizzazioni degli operatori culturali

La Confederazione sostiene l'Associazione Svizzera dei Musicisti, l'Unione svizzera degli artisti musicisti, il sindacato svizzero per la musica (attualmente Associazione Svizzera dei Musicisti) e *Action Swiss Music* in qualità di organizzazioni professionali che difendono gli interessi dei musicisti svizzeri.

Sfide

Le discipline musicali superano sempre più spesso i confini nazionali e il mercato internazionale altamente competitivo necessita di una promozione professionale. Questa constatazione ha spinto negli ultimi anni alcuni Paesi e regioni europee (p. es. la Norvegia, la Finlandia e la Catalogna) ad aprire nei principali centri uffici specializzati nell'esportazione di creazioni musicali suddivisi per disciplina.

Le modalità di produzione interdisciplinari sono aumentate sensibilmente. Occorre promuovere specialmente le nuove forme del teatro musicale. Da questa espressione artistica a cavallo tra la musica, la performance e il teatro nascono importanti impulsi al di là della musica. Finora questo genere non è riuscito a imporsi come disciplina a sé stante in Svizzera poiché, contrariamente ad altri Paesi europei, manca una promozione coordinata per questo ambito artistico.

Le nuove forme di produzione, di diffusione e di ricezione rappresentano un'opportunità ma anche una sfida per le etichette e per i musicisti, anche perché le forme classiche di vendita (mercato dei CD) sono sempre più sotto pressione. Il lancio di nuove forme di distribuzione digitale a volte implica costi elevati per i musicisti e complica l'applicazione dei diritti d'autore.

Per assicurare una forte promozione internazionale è ormai indispensabile che ogni nazione disponga di una piattaforma digitale su cui diffondere informazioni aggiornate concernenti la

propria scena musicale. Rispetto ad altri Paesi, in Svizzera manca un centro d'informazione on-line, gestito da professionisti, che presenti la creazione musicale in tutta la sua diversità.

Obiettivi e misure

Le misure di promozione esistenti saranno mantenute anche nel periodo 2016–2019. Le sfide illustrate vanno affrontate come segue:

Per garantire le pari opportunità delle musiciste e dei musicisti svizzeri sul mercato europeo è necessario aumentare gli incentivi finanziari alle tournée e rafforzare la collaborazione con determinati festival e agenzie internazionali. Occorre facilitare l'accesso dei musicisti svizzeri ai mercati dei principali centri europei (cfr. n. 2.3.2) in collaborazione con organizzazioni come *Swiss Music Export* e potenziare la promozione mirata del jazz svizzero all'estero attraverso una struttura adeguata. Infine, al termine del progetto pilota triennale *Œuvres Suisses*, occorre sviluppare una promozione duratura delle orchestre attribuendo la priorità alla tutela di un repertorio elvetico contemporaneo e alla maggiore presenza delle orchestre professionali su scala internazionale.

Le forme di produzione interdisciplinari esigono una revisione delle strategie di promozione. Per incentivare le nuove forme del teatro musicale occorre convogliare gli sforzi in atto e portarli avanti insieme a Città e Cantoni, al fine di aumentare la sensibilità nei confronti di questa forma di espressione artistica, di promuovere i luoghi di produzione e di rappresentazione e di rafforzare così la competitività internazionale della scena musicale svizzera.

Una promozione al passo con i tempi deve tenere conto degli sviluppi dei media digitali e sviluppare provvedimenti adeguati. Occorre integrare nella promozione nuove forme di distribuzione e sfruttare attivamente canali digitali per la diffusione e l'affermazione della musica svizzera su scala internazionale. Con ciò s'intende l'allestimento di un centro di informazione musicale coordinato su scala nazionale, che accorpi gli archivi digitali già esistenti in collaborazione con partner come le società radiofoniche e di tutela dei diritti d'autore, gli archivi e le federazioni musicali.

2.1.7 Cinema

Situazione iniziale

La politica cinematografica della Confederazione si propone di promuovere la produzione cinematografica, la pluralità e la qualità dell'offerta e di rafforzare la cultura cinematografica svizzera come parte integrante della cultura e dell'identità nazionale. Nel quadro di questo mandato, la Confederazione vuole rendere possibili sia una diversificazione della creazione cinematografica svizzera sia una cultura cinematografica vivace. S'impegna inoltre a favore di una politica di promozione coerente, in grado di conciliare un'alta qualità artistica con le esigenze del mercato.

La promozione cinematografica è pertanto sempre anche una promozione culturale che contempla aspetti di economia cinematografica. Nel promuovere la cinematografia, la Confederazione si basa su due pilastri: la produzione cinematografica e la cultura cinematografiche. Promuove le pellicole nelle diverse tappe, dall'impulso iniziale, passando per la produzione, fino all'allestimento della copia d'archivio e sostiene l'accesso alla cultura cinematografica attraverso contributi a festival o ad attività destinate ai giovani.

Per le sue peculiarità linguistiche, il mercato cinematografico svizzero è frammentato e di dimensioni troppo esigue per sopravvivere secondo criteri meramente economici. Pertanto la

Confederazione svolge un ruolo determinante nella promozione cinematografica quale partner principale. Le prestazioni della Confederazione sono integrate sostanzialmente dalla SRG SSR (*Pacte de l'audiovisuel*). Le rimanenti emittenti nazionali e regionali, che diffondono film nell'ambito dei loro programmi, sono legalmente tenute a contribuire anch'esse alla promozione del cinema svizzero.

A livello regionale, sono servizi cantonali e intercantonali, come la *Zürcher Filmstiftung*, la *Fondation Romande pour le Cinéma* «Cinéforum» e *Pro cinéma Berne* a sostenere finanziariamente lo sviluppo e la realizzazione dei film svizzeri. Il coordinamento tra queste istituzioni svolge un ruolo importante per l'armonizzazione e la complementarità degli strumenti di promozione.

Dei circa 5500 film prodotti annualmente nel mondo, ogni anno più di 500 nuove pellicole escono nelle sale cinematografiche svizzere. A causa dell'elevata produzione, la concorrenza sul mercato audiovisivo è notevole. Dato il numero crescente di uscite cinematografiche settimanali, a fronte di un calo del numero di spettatori (nel 2013 con 13,7 milioni di entrate si è registrato un calo del 12% circa rispetto ai 15,5 milioni di entrate del 2012), la permanenza dei singoli film nelle sale si è notevolmente accorciata. Fattori come la tendenza al cinema multisala (con otto o più schermi), il cui programma è dominato dalle grandi produzioni statunitensi esercitano una pressione supplementare sulla pluralità dell'offerta. Con circa 1,2 milioni di entrate, la quota di mercato della produzione svizzera (coproduzioni minoritarie incluse) è aumentata passando dal 5 per cento del 2012 a più dell'8 per cento nel 2013. Rispetto ai vicini europei, la Svizzera dispone ancora di un ampio numero di cinema di piccole e medie dimensioni con una programmazione relativamente variata. Negli ultimi anni, quasi tutte le sale cinematografiche svizzere sono passate alla tecnica di proiezione digitale grazie al sostegno finanziario della Confederazione. La digitalizzazione, oltre a notevoli costi di sostituzione degli impianti, ha comportato anche vantaggi in termini di pluralità dell'offerta nei cinema. Infatti, contrariamente al passato, il basso costo delle copie digitali consente di mettere in cartellone i film parallelamente nelle città e nelle zone periferiche.

Ogni anno la Confederazione premia la creazione cinematografica svizzera in collaborazione con la SRG SSR, con le Città di Zurigo e Ginevra e con l'Accademia del cinema svizzero. L'assegnazione dei Premi del cinema svizzero avviene sulla base di nomination e la cerimonia di premiazione si tiene in alternanza a Ginevra e a Zurigo.

I documentari e le fiction svizzeri sono riconosciuti internazionalmente. Nel quadriennio precedente il Premio europeo del documentario è stato assegnato per ben due volte a documentari svizzeri, che hanno riscosso un notevole successo anche nelle sale svizzere. Le fiction vengono invitate regolarmente ai maggiori festival come quello di Cannes, di Berlino e di Venezia.

È difficile immaginare la creazione cinematografica senza cooperazione internazionale. Infatti la maggior parte dei film prodotti in Svizzera sono il risultato di coproduzioni europee. Proprio per questa ragione la Svizzera ha stipulato contratti di coproduzione bilaterali con tutti i Paesi limitrofi nonché con il Canada, il Lussemburgo e il Belgio (*Communauté Française de Belgique*). La Svizzera è inoltre membro del Fondo europeo di sostegno alla coproduzione *Eurimages* del Consiglio d'Europa e ha preso parte dal 2006 al 2013 al Programma MEDIA dell'UE. Dopo la votazione del 9 febbraio 2014 sull'iniziativa popolare «Basta con l'immigrazione di massa», i negoziati sul rinnovo dell'accordo MEDIA sono stati temporaneamente sospesi.

Quattro priorità hanno caratterizzato le attività in ambito cinematografico nel periodo 2012–2015:

- *Promozione cinematografica legata al successo*: a complemento del modello preesistente di bonifico dei biglietti venduti (*Succès cinéma*) è stato considerato anche il successo nei festival più importanti (*Succès festival*). Il quadro di credito previsto a tale scopo è stato quasi raddoppiato e finanziato attraverso le risorse liberate dalla promozione delle fiction televisive e delle serie tv, a cui nel frattempo si è rinunciato.
- *Promozione cinematografica selettiva*: agli strumenti esistenti (promozione della sceneggiatura, sviluppo di progetti, realizzazione e postproduzione) è stata aggiunta la promozione del trattamento (fase che precede la sceneggiatura). Inoltre, nell'ambito dell'esame delle domande di credito è stato introdotto un sistema di rotazione, in modo da garantire che non siano sempre gli stessi esperti a valutare le domande.
- *Promozione di progetti multimediali*: questo strumento è stato introdotto nel 2012 e riguarda lo sviluppo di progetti multimediali. Solo nel 2015 sarà possibile stilare un primo bilancio.
- *Promozione della formazione*: dal 2013 le formazioni cinematografiche presso le scuole universitarie professionali non vengono più finanziate dall'UFC con sussidi forfettari. Ora la Confederazione sostiene singoli progetti cinematografici di studenti attraverso la promozione cinematografica selettiva. I progetti devono essere presentati da un produttore indipendente, in modo da favorire il passaggio alla creazione professionale.

Nel 2015 sarà tracciato un bilancio dei regimi di promozione cinematografica 2012–2015. In particolare saranno esaminati l'efficacia della promozione legata al successo (attribuzione dei sussidi a nuovi progetti cinematografici), gli effetti sull'indipendenza e sulla continuità della creazione cinematografica svizzera nonché l'efficienza del sistema di valutazione.

Sfide

La digitalizzazione del mercato cinematografico dalla produzione alla proiezione fino all'archiviazione a lungo termine nonché i repentini cambiamenti del comportamento di consumo riferito ai media sono fattori d'influenza determinanti per la cinematografia svizzera e per la pluralità dell'offerta. Nei prossimi anni i film verranno scaricati sempre di più da piattaforme on-line e riprodotti su apparecchi mobili. Ciononostante la classica sala cinematografica manterrà la sua funzione di luogo di condivisione. La promozione cinematografica deve rispondere a queste sfide. Per rendere possibili, accanto alla commercializzazione in sala, nuove forme di distribuzione cinematografica in tutte le regioni linguistiche del Paese è necessario rivedere le condizioni quadro legali.

Parallelamente, i festival cinematografici svolgono un ruolo sempre più importante in Svizzera nel garantire la pluralità dell'offerta, la promozione, la mediazione e il lancio dei film. I festival sono un mercato internazionale (p. es. per la vendita di licenze a emittenti televisive estere) e parallelamente una componente essenziale della cultura cinematografica elvetica. Consentono a un vasto pubblico di assistere alla proiezione di pellicole che per la loro impronta artistica o per la loro durata (per es. cortometraggi) non avrebbe mai l'opportunità di vedere nelle sale.

Benché siano spesso proiettati nei festival internazionali e regolarmente ricompensati con premi prestigiosi, i film svizzeri, a parte rare eccezioni, non riescono a conquistare il mercato estero. Una delle ragioni principali di questa situazione è la carenza di sceneggiatrici e sceneggiatori che riescano a trasformare storie locali in soggetti cinematografici universali. Una buona sceneggiatura è la base di ogni film e la promozione delle competenze necessarie merita quindi un'attenzione particolare.

Le sfide per il periodo 2016–2019 sono le seguenti:

- *Produzione cinematografica*: la Confederazione promuove unicamente (co)produzioni che presentino un riferimento sufficiente alla Svizzera. Il riferimento è dettato in primo luogo dal cast (produttori, attori e tecnici). La qualifica di film svizzero o di coproduzione svizzera non garantisce tuttavia che il film sia stato prodotto in Svizzera e abbia creato un indotto economico nel Paese. È infatti possibile che un film promosso dalla Confederazione sia stato girato interamente all'estero.
- *Nuovi canali di distribuzione*: lo spostamento del consumo di film dalle sale al web esige nuove condizioni quadro legali che permettano di garantire anche in futuro la pluralità e la qualità dell'offerta cinematografica in tutte le regioni linguistiche della Svizzera.
- *Promozione della sceneggiatura nelle fiction*: la sceneggiatura è la principale base artistica di ogni film di fiction. Sono troppo poche le fiction che riescono a conquistare il mercato oltre le frontiere geografiche e linguistiche. È una situazione di cui occorre tenere conto in modo mirato nella promozione delle nuove leve, insieme a tutti gli attori della promozione cinematografica.
- *Continuità*: è necessario migliorare le condizioni quadro della creazione cinematografica svizzera, per consentire ai registi professionisti di realizzare regolarmente progetti cinematografici e di approfondire le proprie esperienze professionali in un contesto nazionale e internazionale. L'interazione efficiente tra gli strumenti di promozione della Confederazione ma anche tra quelli di altre istituzioni nazionali (SRG SSR) e regionali costituisce una sfida particolare.
- *Archiviazione a lungo termine*: secondo le conoscenze attuali, i film digitali devono essere archiviati anche in forma analogica per essere conservati nel tempo. Dopo un periodo relativamente breve infatti i supporti digitali non sono più leggibili (cfr. anche n. 2.2.4).

Obiettivi e misure

Le misure di promozione esistenti verranno mantenute anche nel periodo 2016–2019. Occorrerà affrontare le sfide illustrate nel modo seguente:

- Con il marchio «PICS – Promozione degli investimenti cinematografici in Svizzera» viene introdotto un nuovo strumento di promozione che stabilisce incentivi finanziari, affinché più pellicole e coproduzioni elvetiche vengano girate in Svizzera e creino valore aggiunto nel Paese. In altre parole, questo strumento di promozione mira a rafforzare lo «swiss made» dei film svizzeri e a migliorare la competitività della Svizzera come sede della produzione cinematografica. La legge del 14 dicembre 2001²⁵ sul cinema (LCin) deve essere riveduta (cfr. n. 4.1), anche se i dettagli come la definizione dei costi di produzione che danno diritto a un contributo, la determinazione dei costi minimi di produzione in Svizzera, l'importo massimo per film ecc., saranno definiti nelle disposizioni d'esecuzione. Il nuovo strumento incentiverà la produzione annua di circa 5-10 film svizzeri di fiction e di altrettanti documentari.
- Rafforzare la pluralità dell'offerta dei film proposti in tutte le regioni linguistiche del Paese mediante l'estensione della clausola di garanzia del pluralismo linguistico agli ambiti video e fruizione cinematografica on-line (cfr. n. 4.1).

²⁵ RS 443.1

- Promuovere lo sviluppo del soggetto e della sceneggiatura mediante una maggiore cooperazione con la SRG SSR (fiction, telefilm, serie televisive).
- Rafforzare l'interazione tra la promozione cinematografica selettiva e quella legata al successo. Lo strumento della promozione cinematografica legata al successo, interamente riveduto nel 2012, sarà verificato in termini di efficacia e idoneità entro il 2015 ed eventualmente modificato.
- Promuovere la creazione cinematografica svizzera nel contesto internazionale. L'agenzia *Swiss Films*, sostenuta dalla Confederazione, deve approfondire la cooperazione con Pro Helvetia nei progetti di cultura cinematografica (retrospettive, rassegne).
- Orientare maggiormente l'offerta di corsi di perfezionamento della Fondazione Focal, sostenuta dalla Confederazione, alle esigenze degli operatori cinematografici professionisti.
- Migliorare l'accesso al cinema svizzero per le persone ipovedenti e udiodescribite (audiodescrizione).
- Garantire, grazie a misure adeguate, la durata nel tempo dell'archiviazione dei film (cfr. anche n. 2.2.4).

2.2 Cultura e società

2.2.1 Musei e collezioni

Situazione iniziale

I circa 1 000 musei svizzeri custodiscono un importante e variegato patrimonio culturale e artistico. La Confederazione riveste un ruolo significativo nel paesaggio museale svizzero. In primo luogo, dirige musei e collezioni propri, tra cui in particolare il polo museale MNS; in secondo luogo, eroga contributi finanziari a sostegno di musei, collezioni e reti di terzi; in terzo e ultimo luogo, disciplina il commercio e la circolazione di beni artistici e culturali. Tutti questi compiti saranno illustrati nel presente capitolo.

Musei e collezioni della Confederazione

L'UFC gestisce quattro musei che appartengono alla Confederazione e diverse importanti collezioni di beni artistici e culturali (museo dell'Abbazia di St. Georgen di Stein am Rhein, Museo della Collezione Oskar Reinhart «Am Römerholz» di Winterthur, Museo Vincenzo Vela di Ligornetto e Museo degli automi musicali di Seewen; Collezione d'arte della Confederazione, collezione della Fondazione Gottfried Keller e altre collezioni).

Gli obiettivi formulati nel messaggio sulla cultura 2012–2015 in relazione ai musei e alle collezioni della Confederazione sono stati raggiunti.

- *Fondazione Gottfried Keller*: il sostanziale aumento del fondo acquisti della Fondazione Gottfried Keller ha consentito l'acquisto di opere d'arte d'importanza nazionale. La gestione della collezione è stata affidata all'UFC ed è stata accorpata all'amministrazione della Collezione d'arte della Confederazione, allo scopo di garantirne una conservazione più efficiente ed economica.
- *Museo dell'Abbazia di St. Georgen di Stein am Rhein*: il museo dell'Abbazia, gestito fino al 2011 dalla Fondazione Gottfried Keller, è stato integrato nel polo dei musei della Confederazione, gestiti direttamente dall'UFC.

- *Stato delle finanze e delle risorse umane*: l'esternalizzazione di determinati servizi (sicurezza, sorveglianza, servizi di pulizia, cassa, ecc.) ha consentito di sgravare le risorse umane e finanziarie dell'UFC.

Museo nazionale svizzero

Le sedi del polo museale MNS sono un luogo amato da chi desidera conoscere la storia del nostro Paese. La poliedricità e l'attualità di questa materia richiedono un programma espositivo attraente e tematicamente variato nonché una rete di scambio con i partner nazionali e internazionali.

Le mostre permanenti presso i musei del MNS ripercorrono lo sviluppo storico-culturale della Svizzera dalla preistoria e protostoria all'epoca contemporanea, ciascuna focalizzandosi su aspetti diversi. Le mostre temporanee, che hanno una durata di tre o quattro mesi, completano l'offerta delle mostre permanenti. Tutti e tre i musei hanno affinato e in parte ridefinito i profili delle mostre temporanee, con conseguente aumento della loro attrattiva e quindi dell'affluenza di pubblico. Nel periodo 2012–2015 sono stati compiuti particolari sforzi nell'ambito della mediazione, in particolare a favore di allievi e studenti. In collaborazione con le alte scuole pedagogiche, il MNS si adopera infine per la formazione continua del corpo docenti di licei, scuole dell'obbligo e scuole professionali di base.

Il Centro delle collezioni di Affoltern am Albis, che ospita la più ricca collezione di storia culturale della Svizzera, partecipa a numerosi progetti di ricerca ed è diventato un rinomato centro di competenze internazionale per la struttura dei depositi, l'analisi dei materiali e la ricerca nell'ambito della conservazione. Quattordici collezioni tra l'altro di ceramiche, mobili, tessuti, arte orafa e moda, costituite da oltre 840 000 oggetti, forniscono uno spaccato dell'artigianato, dell'artigianato artistico, degli usi e costumi e della storia culturale della Svizzera. I fondi del MNS vengono conservati, studiati e documentati secondo le direttive dell'*International Council of Museums (ICOM)* e della *European Confederation of Conservator Organisations (ECCO)* e tenendo conto delle nuove conoscenze tecnologiche. La collaborazione con gli istituti di ricerca e le scuole universitarie costituisce un aspetto centrale in questo ambito.

Nel suo rapporto destinato alle Camere federali, il Consiglio federale stabilisce che il MNS adempie il proprio mandato in conformità alla legge sui musei e le collezioni nonché agli obiettivi strategici del Consiglio federale da essa derivanti²⁶. Il MNS sta vivendo una fase di rinnovamento. Il successo riscosso dalle mostre temporanee nei diversi musei è un fatto indiscusso. Si constata con soddisfazione che anche le mostre permanenti, riallestite negli scorsi anni a Zurigo, Prangins e Svitto, hanno ottenuto una vasta eco. Il pubblico apprezza la maggiore interattività e la varietà degli allestimenti, come anche il ventaglio dei temi scelti. Il MNS, in qualità di istituto di diritto pubblico, presenta bilanci in pareggio e gode della fiducia di finanziatori e mecenati privati. Infine, con l'inaugurazione del cantiere, il 2 marzo 2012 hanno avuto inizio le opere di ampliamento del Museo nazionale di Zurigo; un'altra parte del vecchio edificio, invece, è in fase di risanamento dal 2013.

Uno dei principali obiettivi dei prossimi anni è il raggiungimento di nuovi gruppi di destinatari, in particolare attraverso la riapertura del vecchio edificio risanato e l'inaugurazione del nuovo edificio di Zurigo nel 2016.

²⁶ Rapporto del MNS consultabile su www.efv.admin.ch > Temi > Politica finanziaria, basi > Governo d'impresa > Rapporto del Consiglio

Contributi a musei, collezioni e reti di terzi

In conformità all'articolo 10 LPCu, nel periodo 2012–15, l'UFC ha erogato sussidi all'esercizio per complessivamente tredici musei, collezioni e reti di terzi: Museo alpino svizzero, Fondazione del Museo svizzero dei trasporti, Fondazione Svizzera per la Fotografia, *Swiss Science Center Technorama*, *Memoriav*, Istituto Svizzero di Roma, Museo svizzero di architettura, *Haus für elektronische Künste*, Archivio svizzero della danza, Museo svizzero all'aperto del Ballenberg, Museo svizzero dello sport, Associazione dei musei svizzeri e Fondazione Passaporto Musei Svizzeri (per i dettagli sul regime di promozione e la scelta delle istituzioni beneficiarie, cfr. messaggio sulla cultura 2012–2015²⁷). I sussidi all'esercizio servono, da un lato, alla conservazione delle collezioni e, dall'altro, alla promozione dei centri di competenze in relazione a temi specifici di salvaguardia del patrimonio culturale svizzero. Oltre a questi contributi, nel periodo 2012–15 la Confederazione ha erogato complessivamente la somma di quasi un milione di franchi all'anno per cofinanziare singoli progetti volti alla conservazione di beni culturali svizzeri di musei e collezioni di terzi, e per contribuire al pagamento dei premi di assicurazione per le opere d'arte in prestito a mostre di musei terzi.

Trasferimento internazionale dei beni culturali

Nell'era della globalizzazione e dell'intensificazione degli scambi di beni e informazioni, il trattamento trasparente e responsabile dei beni culturali assume un'importanza particolare. Nel 2003 la Svizzera ha ratificato la Convenzione del 14 novembre 1970²⁸ concernente le misure da adottare per interdire e impedire l'illecita importazione, esportazione e trasferimento di proprietà dei beni culturali. La legge sul trasferimento dei beni culturali (LTBC), entrata in vigore nel 2005, traspone la convenzione nel diritto nazionale. La LTBC disciplina l'importazione di beni culturali in Svizzera, il loro transito, la loro esportazione e il rimpatrio degli stessi a partire dalla Svizzera e adotta misure atte a contrastare il trasferimento illecito di proprietà. La Confederazione vigila sull'osservanza dell'obbligo di diligenza nel commercio d'arte e rilascia garanzie di restituzione per gli oggetti in prestito a musei e collezioni. Particolarmente degna di nota è la collaborazione bilaterale con Paesi fortemente colpiti dal trasferimento illecito di beni culturali. Per il periodo 2012–2015, la Confederazione ha pertanto stipulato ulteriori trattati internazionali per l'importazione e il rimpatrio di beni culturali (Cina, Cipro). Al fine di favorire lo scambio culturale internazionale, la Confederazione ha inoltre sostenuto nello stesso periodo diversi progetti volti alla protezione dei beni culturali minacciati da conflitti bellici (p. es. progetti di tutela e inventariazione in Egitto o il primo *emergency workshop* al mondo per beni culturali mobili ad Amman). Attraverso la sottoscrizione di trattati internazionali e la promozione dei relativi progetti, la Svizzera ha fatto conoscere in tutto il mondo il suo impegno sul fronte della lotta allo scambio illecito di beni culturali, a favore di un'attività legale.

Sfide

Musei e collezioni della Confederazione

I musei e le collezioni della Confederazione dovranno affrontare in particolare due sfide. La prima consiste nel migliorare l'accessibilità al pubblico delle opere della Collezione d'arte della Confederazione e della collezione della Fondazione Gottfried Keller e nel ricercare, in collaborazione con l'Ufficio federale delle costruzioni e della logistica (UFCL), una soluzio-

²⁷ FF 2011 2701, in particolare pag. 2738

²⁸ RS 0.444.1

ne per la messa a disposizione di ulteriori spazi di deposito a beneficio della Collezione d'arte della Confederazione. La seconda risiede, invece, nel rendere più attraente l'Abbazia di St. Georgen a Stein am Rhein, il più ampio complesso monastico d'epoca medievale presente in Svizzera. Le prime attività di pedagogia museale, che hanno aperto a un pubblico interessato una finestra sulla vita monastica in epoca medievale, sono state svolte con successo nel periodo 2012–15 e dovranno essere in futuro ulteriormente intensificate, vista l'importanza del monastero in tutta Europa.

Ricerca sulla provenienza

La ricerca sulla provenienza si propone di indagare, attraverso metodi scientifici, le origini e i trasferimenti di proprietà dei beni culturali avvenuti nel corso degli anni. Nel 1998 la Svizzera ha approvato i Principi della Conferenza di Washington applicabili alle opere d'arte confiscate dai nazisti, assumendosi l'impegno di identificare i beni culturali e le opere d'arte sequestrati durante l'epoca nazista ed entrati verosimilmente in suo possesso, nonché di rintracciarne i legittimi proprietari e proporre soluzioni eque. La Confederazione ha nel frattempo ottemperato ai propri obblighi. Viceversa, nei musei e nelle collezioni appartenenti a Cantoni, Comuni e privati sussistono tuttora lacune nell'attribuzione della provenienza dei fondi. Una ricerca condotta in modo poco diligente rischia di compromettere notevolmente la buona reputazione di uno Stato. La Confederazione auspica pertanto che i proprietari pubblici e privati di beni culturali intensifichino le proprie ricerche sulla provenienza e mettano a disposizione le risorse finanziarie necessarie a tale scopo.

Garanzia dello Stato

Nel periodo precedente, la Confederazione disponeva di circa 300 000 franchi per aiuti finanziari a musei di terzi per l'assicurazione di opere in prestito. Allo scopo di estendere il sostegno ad altri musei o esposizioni, si è discussa l'introduzione di una garanzia dello Stato. In questo caso, la Confederazione si assumerebbe, nei confronti della persona o ente che presta, il rischio di responsabilità civile per ogni eventuale danno o perdita subiti dai beni culturali e artistici in prestito, durante il trasporto o la presentazione nei musei di terzi. Dopo un attento esame, la Confederazione rinuncia a creare una base legale per l'introduzione di una garanzia dello Stato. In caso di danno o perdita, la Confederazione si troverebbe a dover assumere la responsabilità per decine di milioni di franchi. Tuttavia, la Confederazione non può intervenire sulla gestione dei rischi da parte dei musei di terzi. Né l'ammontare né l'eventualità di un danno sono sufficientemente prevedibili, ragione per cui la Confederazione ritiene eccessivo il rischio finanziario di una garanzia dello Stato in questo ambito.

Museo nazionale svizzero

La crescente individualizzazione della società (cfr. n. 1.4) esercita i suoi effetti anche sui musei. Le aspettative e le esigenze dei visitatori sono sensibilmente mutate nel corso di pochi decenni. Le sedi del MNS sono oggi frequentate da amanti di musei, turisti svizzeri e stranieri, ma anche da visitatori spontanei, famiglie o studenti di ogni fascia d'età: un pubblico eterogeneo, con un bagaglio di conoscenze, desideri e bisogni differenti.

Gli assi d'azione «partecipazione culturale» e «coesione sociale» sono entrambi emblematici di una politica culturale della Confederazione, che presta ascolto alla popolazione, tematizza la sua eterogeneità, presenta e discute i suoi valori e le sue tradizioni. Questo implica che le collezioni del MNS dovranno riflettere in misura sempre maggiore anche la vita culturale e sociale svizzera, dal passato più prossimo fino ai giorni nostri. Gli ambiti della vita quotidiana come il lavoro, il tempo libero, la sessualità e l'alimentazione, dovranno essere significativamente rappresentati nei fondi di nuova acquisizione. Attraverso una strategia collezioni-

stica che valorizza anche gli oggetti contemporanei nonché un'offerta diversificata, originale e qualitativamente eccellente, il MNS si propone di favorire la comprensione e la conoscenza della Svizzera odierna. La sfida consiste nel conseguire questo obiettivo presso diversi segmenti di pubblico.

Trasferimento internazionale dei beni culturali

Le disposizioni e le misure di promozione contenute nella LTBC si sono rivelate efficaci. La criticità della situazione finanziaria in molti Paesi, come anche i rischi ambientali e i conflitti bellici, producono conseguenze quali la scarsa manutenzione dei siti archeologici e la minaccia di saccheggio e trafugamento cui sono esposti i beni culturali di tutto il mondo. La Svizzera deve perciò mantenere costante il proprio impegno nella lotta contro il commercio illegale di beni culturali.

Obiettivi e misure

Musei e collezioni della Confederazione

Nella sua risposta al postulato 12.4055 (Bulliard-Marbach), il Consiglio federale si è dichiarato disposto a esaminare il modo in cui rendere accessibili al pubblico interessato i fondi delle collezioni d'arte della Confederazione e della collezione della Fondazione Gottfried Keller. Dopo aver valutato diverse opzioni, il Consiglio federale è giunto alla conclusione che il primo passo verso tale obiettivo possa consistere nella presentazione in formato digitale delle principali opere della Collezione d'arte della Confederazione e della collezione della Fondazione Gottfried Keller («galleria nazionale virtuale»).

Per quel che concerne il museo dell'Abbazia di St. Georgen di Stein am Rhein, nel periodo 2016–2019 sarà elaborato e attuato un programma espositivo, che condurrà i visitatori attraverso la vita quotidiana e le attività intellettuali, spirituali ed economiche di una comunità monastica medievale. Utilizzando i crediti di esercizio a disposizione dell'UFC, il museo dell'Abbazia dovrà essere allestito con oggetti artistici e culturali appropriati, installazioni adeguate e dispositivi e apparecchiature digitali, multimediali e interattive. Il museo dovrà inoltre essere integrato in un'interessante proposta turistico-culturale, d'intesa con i Cantoni di Sciaffusa, Turgovia e Zurigo e con i Comuni tedeschi confinanti.

Museo nazionale svizzero

Il risanamento integrale e l'ampliamento del Museo nazionale di Zurigo rappresentano una pietra miliare. L'edificio del museo, che Gustav Gull realizzò nel 1898 e nel frattempo monumento storico sotto protezione, non è stato sottoposto ad un risanamento sostanziale da ben oltre un secolo. Gli interventi di risanamento integrale e ampliamento del Museo nazionale di Zurigo previsti nei messaggi sugli immobili degli anni 2004, 2006, 2008 e 2013 offriranno al primo e più antico museo della Confederazione un'opportunità di riposizionamento: le strutture edilizie e le infrastrutture museali del vecchio edificio di Zurigo, risalente ad oltre un secolo fa, verranno adeguate in tre tappe ai livelli di quelle del Forum della storia svizzera di Svitto e del Castello di Prangins. La riapertura dell'ala della ex *Kunstgewerbeschule* (scuola di arti applicate) e l'inaugurazione del nuovo edificio antistante sono previsti per l'estate 2016. Grazie alle rinnovate e moderne infrastrutture, il museo potrà proporre un programma espositivo e un'offerta supplementare per tutta la popolazione: nelle sale espositive del nuovo edificio saranno allestite mostre temporanee che illustreranno la varietà della Svizzera e della sua società; il vecchio edificio risanato ospiterà un nuovo centro studi che sarà collegato in rete con gli archivi e i musei cantonali, la Fonoteca, la BN e la Cinoteca. Le nuove offerte dovranno suscitare interesse per la storia in tutti i segmenti del pubblico. Il

risanamento integrale del vecchio edificio ancorerà il museo alla sua storia, mentre il nuovo edificio lo potrà proiettare verso il futuro.

Un altro progetto infrastrutturale consiste nel riunire sotto lo stesso tetto le due sedi sinora separate del Centro delle collezioni di Affoltern am Albis. Il progetto sarà ultimato entro il 2019.

Contributi a musei, collezioni e reti di terzi

I sussidi all'esercizio erogati a favore delle tredici istituzioni di terzi non subiranno cambiamenti per il periodo 2016–2019: resteranno pertanto invariati sia la scelta dei beneficiari dei sussidi che i singoli importi finanziati. Nello stesso periodo è invece prevista una valutazione dettagliata della promozione sinora attuata dalla Confederazione. Quest'ultima verificherà, in particolare, gli effetti e i risultati concreti prodotti dai sussidi all'esercizio in relazione all'attività delle istituzioni destinatarie. A medio termine, la valutazione potrebbe comportare cambiamenti sia per i beneficiari che per le somme erogate. Per quanto concerne soprattutto l'Istituto Svizzero di Roma, attualmente sostenuto dall'UFC, da Pro Helvetia e dalla SEFRI, ci si interroga sulla possibilità di incaricare del finanziamento un solo organo federale.

Trasferimento internazionale dei beni culturali

In conformità all'articolo 14 LTBC, gli aiuti finanziari per il periodo 2016–2019 dovranno essere destinati in primo luogo a progetti volti alla protezione e la conservazione di beni culturali mobili esposti a grave minaccia. Rientrano in questo obiettivo le inventariazioni, le conservazioni in casi d'emergenza e altre misure di protezione, quali per esempio la salvaguardia e la valorizzazione di siti archeologici nonché di musei e collezioni locali. Sono da considerarsi prioritari i progetti in Paesi con i quali la Confederazione ha già concluso un accordo bilaterale. Continueranno ad essere prese in carico e valutate secondo un ordine di precedenza interno le richieste di Paesi terzi che intendono stringere con il nostro Paese un accordo bilaterale.

2.2.2 Biblioteche

Situazione iniziale

Il panorama biblioteconomico svizzero è tanto ricco quanto eterogeneo. D'importanza centrale per la diffusione e l'accessibilità delle conoscenze, esso rappresenta un fattore essenziale per l'esercizio della cittadinanza e l'integrazione sociale. La maggior parte delle biblioteche che lo costituiscono rientra nella sfera di competenze di Cantoni e Comuni. La Confederazione, invece, gestisce la Biblioteca nazionale svizzera (BN), le biblioteche dei politecnici federali di Zurigo e Losanna, la Biblioteca Am Guisanplatz e la biblioteca del Museo nazionale svizzero. Le biblioteche svizzere operano in reti, allo scopo di offrire a tutti gli interessati un ventaglio di servizi di base. Le biblioteche pubbliche, scientifiche, scolastiche e specializzate conformano la loro collaborazione alle esigenze della loro utenza superando le barriere linguistiche.

La BN ha il compito di collezionare, catalogare, conservare e rendere accessibili al pubblico informazioni, stampate o digitali, che presentano un legame con la Svizzera, i cosiddetti Helvetica (definizione secondo l'art. 3 LBN²⁹). La BN è attiva nella rete delle biblioteche patri-monialiali (Conferenza svizzera delle biblioteche cantonali) e scientifiche (Conferenza delle biblioteche universitarie svizzere) e contribuisce allo sviluppo di una politica bibliotecaria nazio-

²⁹ RS 432.21

nale. Ricopre inoltre un ruolo sempre più importante nella cooperazione internazionale delle biblioteche nazionali, in particolare a livello europeo, e partecipa alle attuali riflessioni sul futuro delle istituzioni culturali europee nell'era digitale.

Quale unità organizzativa dell'UFC, la BN è gestita dal 2006 mediante mandati di prestazioni e un preventivo globale (GEMAP). Le sue attività sono specificate al numero 1.3.3.

Attività prioritarie nel periodo 2012–2015

Nel quadro del mandato di prestazioni 2012–2015, il Consiglio federale ha definito gli obiettivi strategici della BN:

Per quanto concerne le collezioni:

- completare e conservare a lungo termine le collezioni analogiche;
- integrare e garantire la conservazione delle pubblicazioni digitali messe a disposizione su Internet;
- catalogare in tempi brevi i fondi di nuova acquisizione e pubblicare in rete i relativi cataloghi.

Per quanto concerne l'utilizzo:

- aumentare le possibilità di utilizzo in rete;
- intensificare l'attività di digitalizzazione delle sue collezioni;
- organizzare mostre, manifestazioni, letture e visite guidate in loco, integrandole con offerte in rete.

Conformemente agli obiettivi fissati, la BN ha potuto incrementare in misura significativa il numero delle sue collezioni disponibili in rete, sia all'interno dei propri cataloghi sia su altre piattaforme svizzere ed estere, comprese le applicazioni per telefoni cellulari, offrendo così al pubblico la possibilità di accedere a un numero elevato di documenti digitali. Ha inoltre intensificato la sua collaborazione con le istituzioni partner (biblioteche cantonali e universitarie svizzere e altre biblioteche nazionali, università ecc.) e sviluppato la sua infrastruttura tecnica nell'ambito dell'archiviazione a lungo termine delle pubblicazioni digitali. Le sue mostre e manifestazioni hanno attirato un pubblico numeroso e interessato.

Sfide

In un contesto caratterizzato dalla globalizzazione e dalla rivoluzione digitale, le biblioteche si vedono confrontate con importanti sfide. Operando al servizio del cittadino e della collettività, esse assumono un ruolo fondamentale per il mantenimento della coesione sociale in un mondo ogni giorno più complesso e diversificato. Esse offrono un vero e proprio servizio pubblico per tutti i gruppi della popolazione che sono alla ricerca di formazione, identità culturale e svago. Le biblioteche svizzere devono fornire, non solo agli studenti e ai ricercatori, ma anche a tutti i cittadini, servizi armonizzati in grado di soddisfare, sempre e ovunque, le loro esigenze. Facendo affidamento sui recenti sviluppi tecnologici e sulle risorse elettroniche di tutto il mondo, esse permettono agli studenti e ai ricercatori di conservare una posizione privilegiata nel confronto internazionale.

Nel quadro del suo mandato relativo agli Helvetica, la BN affronta le stesse sfide delle altre biblioteche svizzere. Essa ha infatti l'obbligo di collezionare e integrare permanentemente nelle sue collezioni le nuove forme di pubblicazioni digitali, che prendono il sopravvento su quelle stampate, e di rendere le informazioni accessibili, sempre e ovunque, nel rispetto di un equilibrio tra diritto di accesso all'informazione e diritto di autore. Deve inoltre rafforzare la

sua posizione a livello nazionale e internazionale nell'ambito di progetti di collaborazione, segnatamente in materia di digitalizzazione, archiviazione a lungo termine e sostegno alla ricerca, continuando a fungere da luogo d'incontro attraverso manifestazioni e mostre. Nell'era di Internet, la BN consolida il suo ruolo di istituzione chiave per la conservazione a lungo termine del sapere e del patrimonio culturale degli Helvetica.

Le pubblicazioni digitali assumono forme sempre più complesse e dinamiche. Entro breve, la quantità d'informazioni digitali supererà di gran lunga quella delle informazioni pubblicate su carta. A fronte di questa evoluzione, la BN dovrà ripensare la propria politica collezionistica ed eventualmente ridiscuterla, di volta in volta, con i suoi partner nazionali e internazionali.

È importante consentire l'accesso su Internet al numero massimo di documenti importanti e sviluppare costantemente l'infrastruttura tecnica, al fine di garantire un accesso in rete semplice, rapido e confortevole, indipendentemente dal tipo di terminale utilizzato.

La disponibilità semplice e immediata dei testi elettronici coincide, paradossalmente, con il bisogno crescente di confrontarsi con il documento originale. Insieme al CDN di Neuchâtel e Berna, la BN dispone dei locali, dei materiali e delle competenze professionali per soddisfare questa esigenza. Per il suo pubblico di specialisti, la BN rappresenta anche un luogo di ricerca, d'incontro, di scambio e di acquisizione del sapere.

Obiettivi e misure

Per rispondere a tali sfide, nel periodo 2016–2019 la BN attuerà le seguenti misure:

Rafforzamento delle misure attuali:

- *sviluppo della collezione e della conservazione delle pubblicazioni*, in particolare di quelle digitali, apparse in Svizzera, pubblicate da editori svizzeri o concernenti la Svizzera (gli Helvetica) e partecipazione attiva all'elaborazione di norme internazionali di riferimento;
- *proseguimento della digitalizzazione delle collezioni stampate* e della loro messa a disposizione del pubblico, segnatamente su Internet. A questo proposito si rimanda al rapporto finale del 6 dicembre 2013 del gruppo di lavoro istituito dal Dipartimento federale di giustizia e polizia (DFGS) che si è occupato dei diritti d'autore e dei diritti di protezione affini (AGUR12). Il rapporto finale contiene una proposta per un cosiddetto «privilegio d'inventario», che dovrebbe facilitare alle istituzioni della memoria pubbliche la messa a disposizione delle proprie collezioni su Internet in termini di diritti d'autore³⁰;
- *sostegno ad attività di ricerca* a partire dalle sue collezioni e servizi;
- *promozione della ricchezza delle collezioni della BN attraverso mostre e manifestazioni* destinate a un pubblico specializzato o generalista.

Elaborazione di nuove misure:

- *sviluppo di cooperazioni patrimoniali o scientifiche specifiche* a livello nazionale e internazionale;
- *sviluppo coerente delle prestazioni e delle offerte* in funzione delle esigenze attuali e future degli utenti tenendo conto delle tecnologie più recenti;
- *integrazione della fondazione Fonoteca Nazionale Svizzera nella BN* (cfr. n. 2.2.4).

³⁰ Rapporto finale dell'AGUR12 consultabile su www.ige.ch > Diritti d'autore > GLDA 12 > Rapporto finale (in tedesco e francese).

2.2.3

Cultura architettonica, patrimonio culturale e monumenti storici

Situazione iniziale

Variegati paesaggi, siti archeologici, città, quartieri e singoli edifici di valore storico rivestono un'importanza straordinaria per l'identità e la qualità della vita in Svizzera. I monumenti sono un pezzo di storia, una testimonianza del passato e del cambiamento sociale, sopravvivono nei secoli e si conservano in un contesto che muta. I monumenti sono dunque anche un pezzo del nostro presente. Conferiscono alla Svizzera un volto inconfondibile e creano un legame tra le persone e i luoghi. I siti archeologici, i monumenti architettonici e gli insediamenti storici sopravvivono però solo se curati in modo costante. Affinché questi mantengano il loro valore di testimonianza storica, è importante tramandarli alle generazioni future il più possibile autentici e integri. La tutela dei monumenti storici, l'archeologia e la protezione degli insediamenti ricoprono anche un importante ruolo economico, non da ultimo per il successo costante della Svizzera quale meta turistica.

L'UFC si adopera a livello federale affinché si tenga debito conto delle questioni legate agli ambiti dell'archeologia, della tutela dei monumenti e della protezione degli insediamenti. Elabora le basi pertinenti, s'impegna a favore di condizioni quadro ottimali, valuta piani e progetti edilizi e accorda aiuti finanziari. La sua attività si fonda sull'articolo 78 Cost. e sulla legge federale del 1° luglio 1966³¹ sulla protezione della natura e del paesaggio (LPN), che comprendono in particolare:

Aiuti finanziari per la conservazione di oggetti meritevoli di protezione e per misure nell'ambito dell'archeologia

Nel corso della Nuova impostazione della perequazione finanziaria e della ripartizione dei compiti tra Confederazione e Cantoni (NPC), nel 2008 sono stati introdotti gli accordi programmatici quale strumento di promozione. Poiché nella prima fase del periodo 2008–2011 si sono presentati problemi nell'attuazione pratica, gli accordi programmatici sono stati sottoposti a revisione in vista del periodo 2012–2015. In conformità al nuovo sistema, la Confederazione versa ai Cantoni contributi globali in quattro rate annuali. Nel quadro degli accordi programmatici, i servizi cantonali specializzati decidono autonomamente sulle domande di sussidio di terzi. Una volta l'anno, i Cantoni rendono conto alla Confederazione del loro operato nell'ambito di un rapporto annuale. Il 70 per cento dei mezzi disponibili per la conservazione, l'acquisizione, la manutenzione, l'esplorazione e la documentazione dei siti archeologici, dei monumenti storici e degli insediamenti rientra nel campo di applicazione degli accordi programmatici. Il restante 30 per cento è riservato agli aiuti finanziari federali, concessi in singoli casi. Questi ultimi sono messi a disposizione direttamente dalla Confederazione su richiesta dei Cantoni, a sostegno di misure complesse e urgenti concernenti oggetti d'importanza nazionale o ai fini della perequazione regionale.

Per il secondo ciclo di accordi programmatici è possibile finora tracciare un bilancio positivo: il sistema funziona, è attuabile nella pratica ed è all'altezza del suo compito. I Cantoni apprezzano la maggiore flessibilità offerta dal nuovo sistema. Tutti gli attori coinvolti giudicano la possibilità di emanare disposizioni isolate per casi complessi e urgenti come uno strumento molto importante per rispondere in tempi rapidi a eventi imprevisti.

Basi e standard

La rete di esperti federali rappresenta uno strumento efficace e importante per garantire la qualità nell'ambito dell'archeologia e della tutela dei monumenti in Svizzera. Nel periodo 2012–2015, l'UFC ha offerto ai Cantoni la possibilità di avvalersi di esperti attraverso il conferimento di 250 mandati all'anno. Per la prima volta sono stati resi accessibili all'intera categoria di specialisti i rapporti redatti nel quadro di questi mandati. La rete è stata inoltre riorganizzata e potenziata: la Confederazione ha istituito un gruppo di esperti per l'osservazione del corpo normativo europeo (CEN) e delle norme edilizie svizzere applicate nell'ambito della conservazione del patrimonio culturale, con l'obiettivo di tenere maggiormente conto degli interessi legati alla protezione del patrimonio culturale e dei monumenti storici nel quadro dell'elaborazione di norme che interessano fortemente il settore. Ai fini di un'appropriata attuazione della libertà di autorizzazione per gli impianti solari, entrata in vigore nel 2014 (art. 18a della legge del 22 giugno 1979³² sulla pianificazione del territorio [LPT]), la Confederazione ha rielaborato e pubblicato liste di oggetti di importanza nazionale e regionale. Infine, nel 2014, ha pubblicato, in collaborazione con ICOMOS Svizzera, le linee guida per i giardini storici e promuoverà sino alla fine del 2015 progetti pilota volti alla loro attuazione. L'obiettivo è quello di illustrare come i giardini e i parchi storici nelle aree urbane contribuiscano alla qualità degli insediamenti e possano essere conservati anche qualora si auspichi aumentare la densificazione urbana.

Perizie e consulenza

In qualità di servizio specializzato della Confederazione per la tutela dei monumenti, l'archeologia e la protezione degli insediamenti, l'UFC si occupa di valutare numerosi progetti di costruzione e di pianificazione. L'UFC dirige inoltre la segreteria della Commissione federale dei monumenti storici (CFMS), che, nella sua funzione di organo consultivo indipendente, redige perizie su progetti complessi o questioni fondamentali.

Inventario federale degli insediamenti svizzeri da proteggere d'importanza nazionale (ISOS)

La prima revisione totale e pubblicazione dell'Inventario federale degli insediamenti svizzeri da proteggere d'importanza nazionale (ISOS) e la sua integrazione nel sistema geoinformativo della Confederazione si concluderanno alla fine del 2015, come previsto da programma. Tra tutti i progetti di pianificazione promossi in Svizzera, solo ISOS consente una valutazione standardizzata della qualità degli insediamenti su tutto il territorio. Questo inventario assume importanza crescente per i piani direttori e d'utilizzazione comunali e cantonali, come conferma anche la giurisprudenza del Tribunale federale dal 2009 ad oggi. In collaborazione con l'Ufficio federale delle strade (USTRA), l'Ufficio federale dell'ambiente (UFAM) e l'Ufficio federale dello sviluppo territoriale (ARE), alla fine del 2012 l'UFC ha pubblicato raccomandazioni volte a sostenere i Cantoni, i Comuni e gli organi preposti alla pianificazione nell'applicazione e attuazione degli inventari federali (ISOS, Inventario federale dei paesaggi, siti e monumenti naturali d'importanza nazionale e Inventario delle vie di comunicazione storiche della Svizzera) nel quadro dei piani direttori e d'utilizzazione.

Pubbliche relazioni e mediazione

Nel periodo in corso, la Confederazione ha portato avanti la sua politica di sostegno a favore di organizzazioni e progetti di sensibilizzazione e divulgazione del sapere, fra cui in particolare le Giornate europee del patrimonio. Per il prossimo periodo si dovranno intensificare gli sforzi finora compiuti dando loro una nuova impostazione.

L'UFC rappresenta la Svizzera in seno a organizzazioni internazionali (p. es. l'*International Centre for the Study for the Preservation and Restoration of Cultural Property ICCROM*) e l'ha rappresentata, dal 2010 al 2013, nel Comitato del patrimonio mondiale dell'UNESCO, congiuntamente al DFAE e all'UFAM. Presso questa organizzazione, la Svizzera si è guadagnata una posizione di alto riconoscimento per il suo contributo alle competenze specialistiche e il suo ruolo di partner aderente agli obiettivi principali della Convenzione sul patrimonio mondiale.

Sfide

Negli anni a venire, l'ambito della protezione del patrimonio culturale e dei monumenti storici focalizzerà l'attenzione su tre sfide centrali: il cambiamento della politica energetica e della pianificazione del territorio, l'insufficienza delle risorse necessarie ad attuare una politica dei monumenti storici sostenibile e la scarsa sensibilizzazione della società verso le questioni legate all'archeologia e alla tutela dei monumenti storici.

La crescita della popolazione residente in Svizzera e del relativo fabbisogno in termini di superficie abitabile e mobilità influenza in misura preponderante lo sviluppo degli insediamenti e dei paesaggi. Le ripercussioni negative dell'inarrestabile pressione urbanistica, quali la progressiva e selvaggia urbanizzazione del territorio e l'insoddisfacente qualità architettonica di diversi edifici di nuova costruzione, interessano in larga misura anche gran parte della popolazione. La limitazione delle aree urbane e il conseguente sviluppo centripeto costituiscono le nuove premesse per il futuro dell'ambiente edificato. Questo implica importanti sfide sul piano politico, tecnico ed economico, ma anche opportunità di sviluppo in termini qualitativi degli aspetti territoriali e socioculturali. Inoltre, nei prossimi decenni dovrà compiersi la svolta energetica, che influenzerà anche direttamente la disposizione e l'utilizzo di edifici, insediamenti e infrastrutture. L'attività edilizia ha una valenza culturale di rilievo; qualsiasi intervento edilizio o pianificatorio che modella l'ambiente è espressione della cultura architettonica. In tale ambito, l'atteggiamento verso il patrimonio (storico) non è scindibile dalla produzione contemporanea. Una cultura architettonica di valore consente di creare uno spazio vitale di qualità elevata, sfrutta l'ambiente edificato in modo sostenibile e rafforza la coesione e l'identità sociali. Nella sua risposta al postulato 12.3658 CSEC-N Cultura edilizia contemporanea nel messaggio sulla cultura 2016–2019, il Consiglio federale ha dichiarato l'intenzione di appurare se la cultura architettonica contemporanea possa essere promossa nel quadro della protezione del patrimonio culturale e dei monumenti storici. Il presente messaggio sulla cultura aspira a comprendere una cultura architettonica che nell'opera attuale riunisce elementi passati e futuri dell'ambiente edificato; oltre alla tutela dei monumenti storici e all'archeologia, il messaggio tiene conto anche delle opere di costruzione e di pianificazione contemporanee.

Particolare importanza è attribuita alla cura degli insediamenti rappresentativi dell'identità territoriale, dei siti archeologici, dei singoli oggetti e dei complessi meritevoli di conservazione. I Cantoni giudicano insufficienti i mezzi finanziari a disposizione per opere di restauro e misure nell'ambito dell'archeologia. Già nel messaggio sulla cultura 2012–2015 si era stimato un fabbisogno finanziario di oltre 100 milioni di franchi all'anno, importo che supera di gran lunga le possibilità economiche della Confederazione.³³ I sussidi federali che la Confederazione eroga ai Cantoni per conservare oggetti meritevoli di protezione sono progressivamente calati nell'ultimo decennio. Questo è dovuto in particolare alla soppressione dei supplementi di capacità finanziaria, sostituiti da pagamenti di compensazione non vincolati

³³ FF 2011 2701, in particolare pag. 2730

della Confederazione ai Cantoni, quale conseguenza dell'entrata in vigore della Nuova impostazione della perequazione finanziaria e della ripartizione dei compiti (NPC). Il corrispettivo dei supplementi di capacità finanziaria soppressi è confluito nella perequazione delle risorse e continua ad essere a disposizione dei Cantoni. Tuttavia spetta ai Cantoni decidere se impiegare questi importi non vincolati a favore della protezione del patrimonio culturale e dei monumenti storici o meno. Sovente questi fondi sono stati impiegati per altri compiti. Lo sviluppo centripeto degli insediamenti nelle aree finora non sfruttate per il loro valore archeologico renderà sempre più necessario l'intervento da parte degli archeologi, che dovranno salvaguardare, documentare e valutare scientificamente gli oggetti di importanza archeologica, con un conseguente aumento dei costi a carico dei Cantoni. Un'attenzione particolare va rivolta anche agli oggetti culturali figuranti nella lista del Patrimonio mondiale dell'UNESCO. In virtù degli obblighi internazionali derivanti dalla Convenzione del 23 novembre 1972³⁴ per la protezione del patrimonio mondiale culturale e naturale (Convenzione sul patrimonio mondiale 72), anche la Confederazione considera di centrale importanza la salvaguardia di questi siti di particolare valore.

La tutela dei monumenti storici gode in modo ingiustificato della cattiva reputazione di ostacolare l'attuale processo di modernizzazione e progetti ambiziosi di ampio respiro. Certamente anche in risposta a una progressiva globalizzazione si osserva una vera e propria «crisi delle tradizioni»: mentre i ricchi paesaggi culturali svizzeri, i paesi rimasti integri, i centri storici restaurati a regola d'arte e le infrastrutture qualitativamente migliorate rappresentano fattori centrali per il benessere della società, sono espressione di identità territoriale e godono di un'elevata considerazione presso gran parte della popolazione e dei visitatori stranieri, gli sforzi compiuti per la protezione, la conservazione e la tutela dei monumenti storici svizzeri sono spesso relativizzati o criticati in quanto inopportuni. In un contesto di forte sviluppo territoriale ed economico, il senso e l'obiettivo della tutela dei monumenti storici e delle relative disposizioni normative devono pertanto essere trasmessi in modo più efficace.

Obiettivi e misure

Protezione del patrimonio culturale e dei monumenti storici

Per la protezione del patrimonio culturale e dei monumenti storici l'attuazione di una strategia integrata di conservazione del patrimonio culturale, come uno dei pilastri della cultura architettonica svizzera, comporta le seguenti priorità:

- *Aiuti finanziari per la conservazione degli oggetti meritevoli di protezione e per misure nell'ambito dell'archeologia:* il sistema di finanziamento sviluppato per il periodo programmatico 2012–2015 (accordi programmatici che prevedono contributi globali o singoli per misure urgenti e impreviste) è tuttora gestito dalla Confederazione e dai Cantoni nel quadro dell'attuale compito comune. La scarsità dei mezzi rende necessario stabilire un ordine di priorità e di selezione coerente delle misure da sostenere.
- *Basi e standard:* affinché lo sviluppo centripeto degli insediamenti e l'auspicata svolta energetica avvengano nel massimo rispetto dei monumenti storici e dei siti archeologici, sarà opportuno elaborare basi, linee guida per l'applicazione e raccomandazioni a livello nazionale. L'obiettivo è applicare le direttive sulla compattazione e il risanamento energetico degli edifici in perfetta armonia con la cultura architettonica e i monumenti storici. Per il prossimo periodo programmatico, la Confederazione

ha definito come temi principali la *pianificazione del territorio* e la *svolta energetica*, da realizzare mediante le seguenti misure:

Standard nazionali per la pianificazione del territorio: la Confederazione coordina e sostiene l'elaborazione di standard, raccomandazioni e linee guida per l'applicazione nazionali, che garantiscano la conservazione e la cura del patrimonio culturale anche a fronte delle nuove sfide poste dallo sviluppo territoriale.

Materiali sulla svolta energetica: la Confederazione elabora materiali che illustrano come pianificare ed attuare misure edilizie per la razionalizzazione del consumo energetico, che preservino il valore architettonico degli edifici.

- *Perizie e consulenza:* i progettisti e gli investitori richiedono sempre più spesso assistenza nel corso del processo, sin dalla fase iniziale di pianificazione. Questa tendenza deve essere accolta positivamente, poiché apporta generalmente un miglioramento della qualità architettonica del progetto e gli eventuali conflitti sono di solito più semplici da risolvere in una fase iniziale. Questo servizio di consulenza preliminare richiede tuttavia l'impiego di maggiori risorse e può essere fornito a determinate condizioni solo in casi isolati. L'accelerazione della procedura di autorizzazione, cui mira la svolta energetica, e la crescente importanza dei piani direttori e settoriali determineranno la focalizzazione e l'attribuzione di un ruolo prioritario alle attività peritali.
- *Mediazione, sapere e ricerca:* l'importante valore sociale della conservazione del patrimonio culturale, come anche le norme e gli strumenti di questo ambito, devono essere mediati con maggiore efficacia. Pertanto, la Confederazione stabilisce come priorità il tema «Pubbliche relazioni e sapere». Le informazioni relative alle attività e agli strumenti nel campo della tutela dei monumenti storici e dell'archeologia devono essere fornite in diverse forme. Questo processo può essere ottimizzato attraverso il sostegno mirato di progetti pertinenti e l'attuazione delle seguenti misure:

Comunicazione: in concertazione con i Cantoni, la Confederazione elabora una strategia di comunicazione a livello nazionale sostenendo i relativi progetti di mediazione e sensibilizzazione.

Promozione delle nuove leve: la Confederazione rafforza il suo impegno a favore della promozione delle nuove leve in ambito scientifico.

Promozione del sapere: la Confederazione rafforza il suo sostegno a progetti di ricerca rilevanti sul piano pratico e al trasferimento di conoscenze interdisciplinari. In questo contesto, l'UFC succede alla SEFRI nella promozione della collana «I Monumenti d'arte e di storia della Svizzera», a cura della Società di storia dell'arte in Svizzera (SSAS).

- *Collaborazione con Cantoni, organizzazioni e altri partner:* molte delle questioni attuali che riguardano questo ambito possiedono un carattere interdisciplinare e rivestono un'importanza nazionale. Una collaborazione coordinata tra partner statali e privati permette di sfruttare le sinergie, evitare ridondanze e condurre a risultati riconosciuti e sostenuti su ampia scala. Pertanto, l'UFC si occupa già oggi di alimentare uno scambio intenso in particolare con e tra i servizi specializzati addetti all'archeologia e ai monumenti storici dei Cantoni e delle Città, le università e gli istituti universitari, come anche altre organizzazioni interessate. Il prossimo periodo dovrà rafforzare ulteriormente il coordinamento orizzontale tra partner.
- *Affari internazionali:* l'UFC continua ad essere a livello internazionale un partner importante e impegnato nell'ambito del patrimonio culturale e rappresenta gli inte-

ressi della Svizzera nel quadro di collaborazioni multilaterali e bilaterali, segnatamente nell'ambito del Patrimonio mondiale dell'UNESCO. Nel prossimo periodo, l'UFC, in collaborazione con l'UFAM e il DFAE, rivedrà la lista propositiva svizzera per il Patrimonio mondiale dell'UNESCO e coordinerà eventuali nuove candidature per l'iscrizione nella lista (cultura).

Cultura architettonica contemporanea

L'attività edilizia intesa come opera culturale considera il monumento storico e la produzione contemporanea come un tutt'uno. Oltre agli obiettivi in materia di tutela dei monumenti storici e di archeologia, una promozione esaustiva della cultura architettonica mira a una pianificazione sostenibile dell'intero ambiente edificato, a un'architettura a basso impatto ambientale e che promuova la biodiversità, alla creazione di uno spazio vitale di qualità, allo sviluppo del paesaggio salvaguardandone il carattere e al rafforzamento dell'identità culturale. Una cultura architettonica di valore contribuisce infatti direttamente alla coesione sociale, segnatamente nelle aree urbane. La cultura architettonica interessa tutte le attività rilevanti per il territorio, dagli aspetti artigianali e da un'architettura ad efficienza energetica fino alla pianificazione delle infrastrutture che modellano il paesaggio. Diversi servizi federali, cantonali, comunali, come anche i privati, svolgono molteplici funzioni in campo architettonico, in particolare in ambiti quali la produzione edilizia, la produzione di energia, l'efficienza energetica, la pianificazione del territorio, l'impostazione del paesaggio nonché la mediazione e il sapere. La promozione della cultura architettonica rappresenta pertanto un compito trasversale e presuppone sforzi nelle diverse politiche settoriali della Confederazione. D'altro canto, la Confederazione non ha ancora definito una strategia per la promozione della cultura architettonica in Svizzera.

Sono previste le seguenti misure:

- *Strategia interdepartimentale per la cultura architettonica*: in collaborazione con gli uffici federali competenti (tra l'altro ARE, armasuisse, UFAB, UFAE, UFAM, UFCL, UFE, UFPP, UFT, USTRA), l'UFC sviluppa una strategia federale interdepartimentale in materia di cultura architettonica. Questa strategia sarà elaborata a partire dal 2016 e posta in vigore dal Consiglio federale al più tardi nel 2019; primi parametri di riferimento della strategia saranno disponibili presumibilmente nel 2017. L'UFC assumerà la guida nel coordinamento della strategia. A tale scopo dovrà essere istituito un gruppo di lavoro interdepartimentale in materia di cultura architettonica, che rappresenti tutti gli uffici federali investiti di incarichi rilevanti per il territorio e che elabori la strategia. Quest'ultima dovrà comprendere in particolare obiettivi federali di ordine generale per il rafforzamento della cultura architettonica in Svizzera, un piano d'azione aggiornato periodicamente con misure concrete spettanti ai singoli servizi federali, il fabbisogno finanziario per la loro attuazione, il coordinamento e i contatti tra Cantoni, Comuni e privati.
- *Misure di sensibilizzazione alla cultura architettonica*: alla luce delle sfide attuali, occorre urgentemente rafforzare la consapevolezza della politica e della società riguardo all'importanza della cultura architettonica in Svizzera. A tale scopo, già dal 2016 l'UFC ha lanciato, in collaborazione con Pro Helvetia, misure di sensibilizzazione alla cultura architettonica su vasta scala. In questo obiettivo rientrano anche progetti pilota, come per esempio la pianificazione test o la promozione di concorsi, che mirano a una maggiore attenzione per la cultura architettonica nell'ambito delle attività concrete di pianificazione e costruzione, e che servano da modello per l'elaborazione della strategia vera e propria.

2.2.4

Patrimonio audiovisivo svizzero

Situazione iniziale

Fotografie, documenti sonori, film e video vengono collezionati in modo sistematico solo da pochi anni o decenni. La salvaguardia del patrimonio audiovisivo si fonda su conoscenze relativamente recenti in materia di collezione e conservazione. Il progresso tecnologico portato dalla digitalizzazione negli ultimi quindici anni ha imposto nuove sfide, poiché l'archiviazione a lungo termine, l'accesso e la mediazione dei dati digitali si differenziano notevolmente dalla conservazione dei documenti analogici.

La Confederazione sostiene la salvaguardia del patrimonio audiovisivo svizzero e finanzia tre istituzioni che collezionano, conservano, restaurano e rendono fruibile questo patrimonio:

- *Fondazione Cineteca svizzera (Losanna);*
- *Fondazione Fonoteca Nazionale Svizzera (Lugano);*
- *Fondazione Svizzera per la Fotografia (Winterthur).*

Oltre a queste tre istituzioni archivistiche, che dispongono di collezioni proprie, la Confederazione finanzia una quarta organizzazione, l'*Associazione Memoriav*, la quale sviluppa e trasmette conoscenze specialistiche in materia di conservazione e catalogazione del patrimonio audiovisivo, oltre a promuovere progetti singoli di organizzazioni terze con i fondi della Confederazione. Le basi legali per il finanziamento delle quattro istituzioni summenzionate sono contenute nella LPCu³⁵, nella LCin³⁶ e nella LBNS³⁷.

Cineteca svizzera

Con le sue collezioni nazionali e internazionali di storia del cinema, la Cineteca svizzera (Cineteca), una fondazione di diritto privato, può essere annoverata tra i principali archivi cinematografici del mondo. La sua attuale sfera di attività comprende la collezione, la conservazione, la catalogazione e la mediazione di film svizzeri e internazionali che hanno un legame con la Svizzera (inclusi i materiali). I film finanziati dalla Confederazione con contributi alla realizzazione sono soggetti all'obbligo di archiviazione ai sensi della LCin.

Il periodo 2012–2015 si contraddistingue anzitutto per le opere di costruzione e ristrutturazione degli spazi di archiviazione della Cineteca di Pentaz, nei pressi di Losanna. Si prevede che le nuove infrastrutture saranno del tutto operative per l'inizio del 2016. Oltre a questo progetto edilizio, i cui costi (49,5 mio. fr.) sono stati interamente assunti dalla Confederazione in conformità al messaggio 2008 sulle costruzioni civili, l'UFC finanzia la fondazione attraverso sussidi all'esercizio. Oltre ai sussidi all'esercizio ordinari, che ammontano a circa 3 milioni di franchi l'anno, nei periodi 2009–2012 e 2013–2015 il Parlamento ha approvato fondi per un totale di 19,2 milioni di franchi, destinati a coprire i maggiori costi di esercizio durante la fase di costruzione, fino alla sua entrata in funzione nel 2016. Altri enti di finanziamento della Cineteca sono, in particolare, il Cantone di Vaud e la Città di Losanna, che attualmente ne cofinanziano l'esercizio ordinario con un importo di quasi 630 000 franchi l'anno, ovvero il 14 per cento circa del budget complessivo. La Cineteca produce, inoltre, il 20 per cento circa dei propri introiti grazie alla valorizzazione dei suoi ricchi fondi cinematografici nonché ad altre entrate.

³⁵ Art. 10 LPCu

³⁶ Art. 5 lett. b LCin

³⁷ Art. 12 LBNS

La Strategia 2020 della Cineteca, che riserva un ruolo importante non solo all'archiviazione ma anche alla mediazione cinematografica, ha dovuto essere adeguata a partire dal 2014 in funzione delle condizioni finanziarie quadro della Confederazione. Il contributo della Confederazione è destinato in particolare alla collezione, catalogazione e conservazione delle produzioni cinematografiche.

Per quanto riguarda la gestione ci si interroga sulla possibilità di rafforzare il legame tra la Cineteca e la Confederazione (passaggio dall'attuale fondazione privata a un istituto di diritto pubblico della Confederazione). Tale modello non è previsto per il periodo 2016–2019, durante il quale la priorità spetta all'avvio della piena operatività e all'attuazione di una strategia collezionistica che integri nell'archiviazione a lungo termine anche i fondi cinematografici digitali. A partire dal 2016, verranno ripensati gli obiettivi di gestione contenuti nel contratto di prestazioni con la Cineteca e sarà valutata la rappresentanza della Confederazione in seno al consiglio di fondazione.

Fonoteca Nazionale Svizzera

La Fonoteca Nazionale Svizzera (Fonoteca) è una fondazione di diritto privato con sede a Lugano. Grazie alle sue collezioni uniche nel suo genere e al suo irradimento, la Fonoteca è un centro di competenza indiscusso nell'ambito fonico, a livello nazionale e internazionale. Il mandato della Fonoteca comprende la collezione, la gestione, la conservazione e la mediazione del patrimonio sonoro svizzero. La Confederazione sovvenziona l'attuale gestione della Fonoteca con un importo di base pari attualmente a 1,56 milioni di franchi. Tale sussidio è disciplinato da un contratto di prestazioni pluriennale, che ricalca la durata del mandato di prestazione della BN. Congiuntamente alla Confederazione, la Città di Lugano e il Cantone Ticino partecipano al finanziamento della Fonoteca.

Per il periodo 2012–2015, i principali obiettivi della Fonoteca sono la gestione della collezione e la sua messa a disposizione del pubblico nonché l'archiviazione a lungo termine dei documenti digitali.

L'attuale forma di fondazione di diritto privato non offre garanzie sufficienti per una conservazione durevole del patrimonio sonoro svizzero e per lo sviluppo delle attività di questa istituzione. A tale proposito è stata esaminata la possibilità di accorpate nuovamente la Fonoteca a istituzioni culturali federali, allo scopo di permettere una gestione più efficace da parte della Confederazione, principale ente di finanziamento.

Fondazione Svizzera per la Fotografia

La Fondazione Svizzera per la Fotografia di Winterthur è nata nel 1971 come fondazione di diritto privato e riceve dalla Confederazione un sussidio annuo di circa 1,25 milioni di franchi. Beneficia inoltre dei contributi della Città di Winterthur, del Cantone di Zurigo e di terzi. La fondazione è attiva nel campo della conservazione, ricerca e mediazione delle opere fotografiche. Su mandato della Confederazione, custodisce archivi e lasciti di fotografi svizzeri e, in particolare, i fondi fotografici nazionali. Organizza, inoltre, mostre ed eventi dedicati alla fotografia svizzera.

Memoriav

L'Associazione Memoriav riunisce circa 200 istituzioni e persone che conservano, producono o sfruttano il patrimonio culturale audiovisivo. Il suo obiettivo consiste nello scambio di competenze e informazioni e nell'impiego più efficace delle risorse disponibili. Memoriav offre inoltre sostegno economico e professionale a progetti di terzi per la conservazione del patrimonio culturale audiovisivo svizzero. Il contributo finanziario della Confederazione,

pari a 3,1 milioni di franchi, copre oltre l'80 per cento del budget annuale di 3,5 milioni di franchi.

Sfide

Nel periodo 2016–2019, le istituzioni sopracitate dovranno affrontare le seguenti sfide:

- La produzione ormai quasi esclusivamente digitale di riprese cinematografiche, fotografiche, video e audio comporta un aumento esponenziale del volume dei documenti audiovisivi. Questa tendenza richiede in primo luogo un chiaro ordine di priorità nella scelta dei documenti da conservare. In secondo luogo, secondo lo stato attuale delle conoscenze, l'archiviazione a lungo termine rende necessaria la conservazione dei documenti digitali anche in formato analogico, poiché è risaputo che i supporti dati digitali non sono più leggibili dopo un periodo di tempo relativamente breve. Ciò comporta, a sua volta, l'esigenza di preservare l'esperienza, tuttora viva in Svizzera, in materia di conservazione e restauro dei documenti audiovisivi analogici. Le più importanti sfide in questo ambito riguardano la scelta delle priorità della Cineteca: in futuro, le attività dell'archivio cinematografico dovranno essere ancora più fortemente incentrate sui film svizzeri e sui film che hanno uno stretto legame con la Svizzera.

Per quanto riguarda l'ambito audiovisivo rivestono una grande importanza anche le collezioni delle emittenti radiofoniche e televisive svizzere, prima tra tutte quella della SRG SSR. Una politica di archiviazione sostenibile rappresenta un importante pilastro per la salvaguardia e la fruizione del patrimonio audiovisivo della Svizzera. Tenendo conto di varie opzioni di attuazione dell'articolo 21 della legge federale del 24 marzo 2006³⁸ sulla radiotelevisione (LRTV) dovrà essere chiarito anche il ruolo delle istituzioni sostenute dalla Confederazione per quanto riguarda la politica di archiviazione in ambito radiofonico e televisivo.

- Le opere audiovisive svizzere minacciate dal rischio imminente di deterioramento devono essere restaurate e salvaguardate a lungo termine.
- Infine, occorre gestire in modo più unitario le istituzioni finanziate dalla Confederazione, considerato che hanno sfide, compiti e obiettivi analoghi. In una prima fase, nel 2014 la Confederazione ha stipulato con le quattro istituzioni sopracitate un accordo quadro con scadenza a fine 2015, che integra i contratti di prestazioni sottoscritti con le quattro istituzioni e getta le basi per la conclusione di nuovi contratti di prestazioni a decorrere dal 2016.

Obiettivi e misure

- *Politica collezionistica e archivistica*: sarà instaurata una politica archivistica coordinata e sostenibile, fondata su standard riconosciuti e finanziamenti adeguati, che possa essere applicata anche al nuovo ambito digitale per documenti fotografici, sonori, cinematografici e video:

Oggetti della collezione «Helvetica»: per i compiti e gli obiettivi finanziati dalla Confederazione, la priorità spetta alle opere svizzere o alle opere che presentano uno stretto legame con la Svizzera (Helvetica).

Archiviazione a lungo termine presso la Cineteca: l'entrata in funzione dei nuovi spazi di archiviazione della Cineteca richiederà risorse supplementari a partire dal

2016. L'incremento dei costi d'esercizio era stato annunciato nel messaggio 2008 sulle costruzioni civili³⁹ ed è già iscritto nel piano finanziario della Confederazione. Per vincere le sfide poste dall'archiviazione a lungo termine dei documenti digitali, a partire dal 2016 saranno necessari anche adeguamenti strutturali (infrastrutture per la memorizzazione e l'elaborazione dei dati digitali). Questo dovrebbe costare presumibilmente 5,2 milioni di franchi; il rispettivo credito d'impegno sarà richiesto nel messaggio sugli immobili (costruzioni civili) 2015.

- *Accesso al patrimonio audiovisivo*: le opere audiovisive di origine svizzera, siano esse suoni, immagini, film o video, vengono archiviate e inventariate. In futuro, le istituzioni finanziate dalla Confederazione consentiranno un facile accesso ai loro cataloghi on-line.
- *Organizzazione e gestione*: la Confederazione attua un modello di gestione coerente per le istituzioni da essa finanziate. Quest'ultimo include una rete unitaria di interlocutori presso la Confederazione, mandati e rendiconti comparabili, come anche la regolamentazione della rappresentanza della Confederazione presso le istituzioni stesse.

I mandati di prestazione relativi al periodo 2016–2019 saranno armonizzati tra loro. In tale occasione si valuterà la possibilità di rafforzare nel medio periodo il legame tra la Confederazione e la Cineteca. Nel caso della Fonoteca, questa misura si attuerà già nel 2016 attraverso il suo accorpamento alla BN. La competenza decisionale in merito a quest'ultimo ambito spetta al Consiglio federale in conformità all'articolo 13 capoverso 2 LBNS.

- *Coordinamento*: il trasferimento delle conoscenze nel campo dell'archiviazione e del restauro deve essere garantito e coordinato tra le diverse istituzioni.

2.2.5 Partecipazione culturale (formazione musicale, promozione della lettura, mediazione artistica, cultura amatoriale e popolare)

Situazione iniziale

I fattori che incidono maggiormente sulla partecipazione alla vita culturale sono l'origine, la formazione e il reddito. I cambiamenti sociali descritti nel numero 1.4 (pluralità, invecchiamento, individualizzazione, frammentazione, polarizzazione) mettono sempre più a dura prova le forme esistenti di promozione della cultura. Da un lato, diverse cerchie della popolazione vengono a malapena sfiorate dall'offerta culturale promossa dai poteri pubblici e, dall'altro, determinate forme di espressione culturale non vengono considerate dalla promozione pubblica della cultura.

In quanto parte della politica sociale, la politica culturale deve suscitare l'interesse della popolazione nel suo insieme e in maniera coerente. La promozione della partecipazione culturale è una risposta imprescindibile alle sfide poste da una società eterogenea dal punto di vista culturale. I singoli individui e i gruppi di persone che partecipano alla vita culturale sono consapevoli della propria impronta culturale, sviluppano autonomamente la loro identità e contribuiscono così alla diversità culturale della Svizzera.

³⁹ FF 2008 5135

Il concetto di partecipazione culturale è multidimensionale e racchiude una componente attiva e una passiva. Partecipare significa comprendere e utilizzare la cultura nelle sue origini e forme di manifestazione, metterla in pratica e continuare a svilupparla. La partecipazione richiede lo sviluppo di percezione, attenzione e interesse. Tuttavia, non tutte le persone dispongono delle stesse possibilità iniziali in termini di formazione di base, volontà e disponibilità economica per farsi coinvolgere dall'arte e dalla cultura. Spetta perciò alla promozione della cultura il compito di coinvolgere i diversi gruppi della popolazione: la cultura che non è accessibile non può essere percepita e non ha alcun effetto. Nel consolidare la partecipazione culturale assumono un'importanza crescente le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC), in particolare Internet. Le TIC possono contribuire a facilitare l'accesso alla cultura e alla sua mediazione.

Diverse strategie possono permettere alle persone di partecipare alla vita culturale:

- la promozione dell'accesso fisico, materiale e intellettuale alla cultura (p. es. nelle istituzioni per la conservazione del patrimonio culturale);
- la mediazione della creazione artistica professionale (mediazione artistica secondo l'art. 19 LPCu) e della cultura (p. es. attraverso musei, biblioteche, monumenti storici);
- l'attivazione tramite la formazione culturale (p. es. negli ambiti della musica e della lettura secondo gli art. 12 e 15 LPCu);
- la promozione dell'attività culturale (p. es. la promozione della cultura amatoriale e popolare secondo gli art. 14 e 16 LPCu);
- il consolidamento delle competenze nei nuovi media (cfr. in merito il cap. 2.6 della Strategia del Consiglio federale per una società dell'informazione in Svizzera⁴⁰ del marzo 2012).

Per il periodo di finanziamento 2016–2019, la Confederazione ha definito la partecipazione culturale come uno dei tre assi d'azione strategici fondamentali e ha previsto di attuare misure di promozione in tutte le discipline e in tutti gli ambiti. La mediazione del patrimonio culturale e la promozione dell'accesso riguardano soprattutto le istituzioni che conservano i beni culturali; nei capitoli relativi a musei, biblioteche, istituzioni audiovisive della memoria e conservazione dei monumenti storici sono descritte le rispettive misure da attuare (n. 2.2.1–2.2.4). Questo capitolo si limita agli ambiti della formazione musicale, della promozione della lettura, della mediazione artistica e della cultura popolare e amatoriale.

Promozione della formazione musicale

La musica soddisfa un bisogno fondamentale di compiere esperienze sensoriali e di arricchimento estetico. Come dimostrano i sondaggi condotti sul comportamento culturale, le attività ricreative in campo musicale sono tra quelle praticate con la maggiore assiduità in Svizzera. Fare musica e cantare attivamente sono esperienze intense e stimolano le competenze creative, emotive, intellettuali e sociali dei giovani. Attraverso le lezioni di musica nelle scuole e nelle scuole di musica, la partecipazione a una società bandistica o il canto in un coro i bambini e i giovani fanno esperienze in campo musicale. Una formazione musicale contribuisce allo sviluppo personale dei giovani ed è un'esperienza che dura tutta la vita. Trasmette competenze culturali e permette di partecipare alla vita culturale.

Conformemente all'articolo 12 LPCu, nel periodo 2012–2015 la Confederazione ha stanziato aiuti finanziari destinati a progetti per promuovere la formazione musicale extrascolastica di

⁴⁰ consultabile su www.infosociety.ch

bambini e giovani per un importo di 500 000 franchi annui. Sono stati sostenuti in particolare i campi di musica, le formazioni, i concorsi e i festival. Nelle sue decisioni l'UFC si basa sulle raccomandazioni di una giuria extra-amministrativa (commissione di promozione dell'associazione «gioventù + musica»).

Il 23 settembre 2012, con il 72,7 per cento di voti favorevoli, il popolo e i Cantoni hanno approvato un nuovo articolo costituzionale sulla promozione della formazione musicale. Il nuovo articolo 67a Cost. rafforza la formazione musicale: la Confederazione e i Cantoni provvederanno a fornire un insegnamento musicale di elevata qualità nelle scuole, mantenendo l'attuale ripartizione delle competenze tra Confederazione e Cantoni in ambito scolastico. Per quanto riguarda il tempo libero, tutti i bambini e giovani dovrebbero avere la possibilità di svolgere attività inerenti alla musica. Dovranno essere incentivati soprattutto i giovani con un particolare talento musicale.

Per mettere in atto il nuovo articolo costituzionale, il 24 settembre 2012 il DFI ha creato un gruppo di lavoro diretto dall'UFC⁴¹. Questo gruppo di lavoro aveva il compito di elaborare le proposte per l'attuazione del nuovo articolo costituzionale a livello federale. Dopo un'analisi della formazione musicale in Svizzera, è giunto alla conclusione che le pari opportunità e la qualità della formazione musicale, per quanto riguarda la promozione a livello di diffusione e di talenti, vanno migliorate in diversi punti e che la collaborazione tra i diversi attori andrebbe rafforzata. Il gruppo di lavoro ha elaborato alcune proposte per un totale di 37 misure, di cui 32 rientrano di principio nelle competenze federali. Di queste misure, 14 sono state definite prioritarie. Il rapporto finale del gruppo di lavoro è stato pubblicato il 21 gennaio 2014⁴².

Promozione della lettura

La lettura e la scrittura sono capacità fondamentali. Aprono le porte del sapere e del pensiero, danno accesso alla formazione e agevolano l'integrazione professionale, rappresentando un pilastro fondamentale per un'attiva partecipazione culturale. L'importanza della promozione della lettura per lo sviluppo di competenze sociali e intellettuali è incontestata e acquista sempre più valore nell'odierna società dell'informazione e della comunicazione multimediale, in cui i mezzi di comunicazione in generale, e specialmente quelli digitali, svolgono un ruolo sempre più significativo. Non saper leggere e scrivere adeguatamente è un fattore di emarginazione culturale, sociale ed economica. La lettura di libri per l'infanzia può aiutare ad automatizzare la capacità di lettura. Non solo: la letteratura per i giovani e per i bambini può aiutare a sviluppare anche competenze culturali, estetiche e sensoriali. Per questo motivo nel *Plan d'études romand* (PER) e nel progetto *Lehrplan 21* viene dedicata maggiore attenzione alla lettura di testi letterari nelle scuole.

Conformemente all'articolo 15 LPCu, la Confederazione ha sviluppato una politica completa sulla promozione letteraria. Questa politica si concretizza, nel periodo 2012–2015, da un lato in misure per la lotta all'illetteratismo e a favore del mantenimento delle capacità di lettura acquisite e, dall'altro, in misure per promuovere la lettura, soprattutto tra giovani e bambini.

⁴¹ Nel gruppo di lavoro sono rappresentati: Unione delle città svizzere (UCS), Associazione dei comuni svizzeri (ACS), associazione «gioventù + musica», comunità d'interessi «gioventù + musica», Associazione svizzera delle scuole di musica (ASSM), Consiglio svizzero della musica (CSM), Conferenza delle scuole universitarie di musica svizzere (CSUMS) e Associazione bandistica svizzera (ABS). Alle sedute del gruppo di lavoro era rappresentato anche il Segretariato generale della Conferenza svizzera dei direttori cantonali della pubblica educazione (CDPE).

⁴² Attuazione dell'art. 67a Cost. a livello federale. Rapporto del gruppo di lavoro del novembre 2013, consultabile sul sito: www.bak.admin.ch > Temi > Formazione culturale > Formazione musicale > Articolo costituzionale > Rapporto del gruppo di lavoro.

Con l'entrata in vigore della legge federale sulla formazione continua (legge sulla formazione continua), prevista per il 1° gennaio 2016, la lotta all'illetteratismo figurerà tra le competenze della SEFRI. L'UFC potrà quindi concentrarsi in senso più stretto sulla promozione della lettura. La rappresentazione della promozione svolta finora e la valutazione per il periodo 2012–2015 si limitano dunque a questo ambito.

Sulla base dell'articolo 15 della LPCu, nel periodo 2012–2015 la Confederazione ha sostenuto cinque organizzazioni e istituzioni nazionali attive nell'ambito della promozione della lettura: l'Istituto svizzero Media e Ragazzi (SIKJM), la Fondazione Bibliomedia, l'associazione Edizioni Svizzere per la Gioventù (ESG), il Fondo dei libri per l'infanzia e la gioventù Baobab e la rete delle biblioteche interculturali della Svizzera (Interbiblio). I finanziamenti vanno a coprire le spese di gestione di queste associazioni. I compiti concreti delle organizzazioni e istituzioni sostenute sono descritti nei rispettivi contratti di prestazione.

Il sostegno alle organizzazioni è uno dei punti chiave della politica di promozione della lettura attuata dalla Confederazione. Dal confronto con altri Paesi, soprattutto con quelli scandinavi (programma PISA dal 2000), emerge come il successo della promozione della lettura in questi Paesi si fonda in buona parte sulla collaborazione diretta con le scuole. Sulla base di queste esperienze, accanto alla promozione strutturale attuata finora in Svizzera, si deve puntare a una forma di promozione supplementare – tenendo conto delle competenze della Confederazione e dei Cantoni in ambito scolastico – che permetta di sostenere singoli progetti di promozione della lettura nelle scuole.

Una sistematica promozione della lettura deve inoltre riguardare tutte le fasce di età. Finora la politica di promozione della lettura si è concentrata soprattutto sulla promozione più o meno precoce, mentre in futuro dovrà interessare anche persone in età più avanzata o adulta. Tra i destinatari più importanti vi sono i giovani che si trovano alla fine del percorso scolastico obbligatorio e sono in procinto di iniziare la formazione professionale di base. Per molti di loro, le scuole professionali sono l'ultima opportunità per avvicinarsi a testi letterari. Questo confronto avviene all'interno del Programma quadro per l'insegnamento della cultura generale nella formazione professionale di base, nel campo di qualificazione «società», che include anche tanti altri temi. I docenti hanno bisogno di sostegno nella ricerca di testi letterari che trattino anche altri temi pertinenti al programma quadro d'insegnamento.

In futuro, la promozione dei giovani lettori dovrà essere coordinata maggiormente con la politica letteraria. Per essere efficace, tale politica deve infatti poter contare su un pubblico in grado di leggere e appassionato di lettura. Di conseguenza, è necessario che la promozione della lettura e della letteratura procedano di pari passo (cfr. n. 2.1.4).

Mediazione artistica

L'accesso alla cultura viene reso difficile dal deficit di sapere e informazione. Questa sfida interessa la Confederazione nell'ambito della promozione della mediazione artistica (art. 19 LPCu), che si propone di avvicinare il pubblico alle opere e produzioni artistiche e di renderle più comprensibili. Al centro si trova lo scambio reciproco tra artisti, operatori culturali e pubblico, allo scopo di incrementare le competenze culturali del pubblico e di agevolare l'apprendimento mutuale.

Cultura amatoriale e popolare

La cultura amatoriale e popolare⁴³ favorisce una partecipazione ampia e attiva alla vita culturale. Costituisce la base di un panorama culturale vivace e variegato ed è inoltre importante per la salvaguardia e l'ulteriore sviluppo della cultura quotidiana e delle tradizioni. Le associazioni di musica e di canto, i gruppi di teatro e molte altre istituzioni promuovono le possibilità di espressione culturale e suscitano l'interesse per l'arte e la cultura.

Una solida promozione della cultura amatoriale e popolare rappresenta quindi una priorità assoluta. Nel periodo 2012–2015 la Confederazione si attiva negli ambiti elencati qui di seguito:

- *Sostegno alle organizzazioni di operatori culturali non professionisti (art. 14 LPCu):* la Confederazione sostiene le organizzazioni di operatori culturali non professionisti con lo scopo di promuovere l'accesso alla cultura e l'esercizio della cultura ad opera di non professionisti, nonché di promuovere la mediazione e la trasmissione del sapere e delle pratiche ai bambini e ai giovani⁴⁴. Nel periodo 2012–2015, nove associazioni amatoriali nazionali hanno ricevuto un contributo strutturale per prestazioni nell'ambito della formazione e del perfezionamento, della mediazione, della consulenza e della rappresentanza dei membri in pubblico. Nel periodo 2012–2015 gli aiuti finanziari per il sostegno delle organizzazioni di operatori culturali non professionisti sono considerevolmente aumentati. Questo sostegno strutturale si è imposto.
- *Promozione di progetti e manifestazioni culturali destinati a un vasto pubblico (art. 16 LPCu):* l'UFC è responsabile della diffusione della cultura su larga scala. Nel periodo di riferimento 2012–2015, l'UFC ha sostenuto diverse manifestazioni e progetti di carattere nazionale (per es. feste di cultura popolare).

Sempre secondo l'articolo 16 LPCu, sono state finanziate alcune misure per attuare la Convenzione dell'UNESCO per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale. In collaborazione con i Cantoni, l'UFC ha approntato un inventario del patrimonio culturale immateriale svizzero, pubblicato nel 2012 (www.tradizioniviventi.ch). L'UFC ha inoltre sostenuto e organizzato diverse iniziative per divulgare le tradizioni viventi (attraverso musei, centri di competenze, scuole) o per approfondire le conoscenze sul tema. Il riscontro positivo ottenuto da media e pubblico dimostra che occorre continuare e rafforzare l'impegno per salvaguardare il patrimonio culturale immateriale.

- *Promozione della cultura popolare:* Pro Helvetia promuove la cultura popolare nell'ambito della musica, del teatro, della danza e dei cori attraverso progetti di scambio all'interno del Paese e all'estero. Oltre a ciò, Pro Helvetia ha creato il Fondo cultura popolare (cfr. anche n. 2.1), che presta particolare attenzione a promuovere le eccellenze al di fuori delle scuole.

Con l'ampliamento della promozione della cultura amatoriale e popolare, la Confederazione è entrata in un campo della promozione culturale finora poco considerato. Nel periodo 2012–2015, grazie alle nuove possibilità di promozione, si sono potute fare numerose esperienze. I

⁴³ I concetti di cultura amatoriale e popolare sono in parte, anche se non totalmente, simili tra loro. Non tutti gli operatori della cultura popolare sono operatori amatoriali e non tutti i rappresentanti della cultura amatoriale si dedicano a forme di espressione culturali tradizionali ascrivibili alla cultura popolare.

⁴⁴ Per la promozione di organizzazioni di operatori culturali professionisti cfr. n. 2.1.

riscontri ottenuti confermano l'importanza sociale delle attività culturali amatoriali e l'impostazione generale delle misure di promozione.

Sfide

Il legislatore definisce l'accesso alla cultura come obiettivo importante della promozione culturale da parte della Confederazione (art. 3 lett. d e art. 8 lett. a LPCu). Il miglioramento della partecipazione culturale deve essere sviluppato in quanto asse d'azione centrale della futura politica culturale federale. Tuttavia, l'importanza politico-culturale del campo d'azione supera di gran lunga le effettive possibilità d'azione: finora le possibilità di promozione della Confederazione si sono limitate a singole discipline (musica e lettura), a determinati destinatari (organizzazioni di operatori culturali non professionisti) o a particolari formati (iniziative sporadiche). Per soddisfare l'importanza politico-sociale della partecipazione culturale è necessario ampliare la competenza di promozione della Confederazione. In quanto asse d'azione centrale della politica culturale federale, il miglioramento della partecipazione culturale deve essere assicurato anche dal punto di vista finanziario.

Obiettivi e misure

La valorizzazione e il miglioramento della partecipazione culturale sono un pilastro centrale della strategia di politica culturale per il periodo 2016–2019. Parallelamente, nell'ambito della politica culturale nazionale occorre promuovere la partecipazione culturale quale compito trasversale dei poteri pubblici:

- *Adeguamento e ampliamento delle competenze di promozione per migliorare la partecipazione culturale:* con un adeguamento della LPCu, la promozione della partecipazione culturale dovrebbe ottenere una propria base legale (cfr. n. 4.2). La nuova disposizione dovrà consentire il sostegno sistematico di iniziative e strutture per la promozione dell'attività culturale dei non professionisti (di tutte le età e di tutti i gruppi della popolazione), per le attività culturali per l'infanzia e la gioventù, e per il miglioramento dell'accesso fisico, finanziario e intellettuale alla cultura (progetti modello, associazioni e organizzazioni attive a livello nazionale, giornate di azione e festival nazionali periodici, ecc.).
- *Coordinamento delle attività e degli attori statali e non statali:* nell'ambito del «dialogo culturale nazionale» si creano i presupposti teorici e di politica culturale per migliorare la partecipazione culturale in quanto compito trasversale della politica nazionale. A questo proposito la Confederazione elaborerà, entro la fine del 2015 e in collaborazione con Cantoni e Città, una presentazione sui punti fondamentali e sul potenziale della partecipazione culturale e identificherà i modelli di promozione collaudati (*best practices*).
- *Formulazione di una strategia di promozione completa e coerente:* sotto la direzione dell'UFC, la Confederazione elabora una strategia di promozione completa e coerente per migliorare la partecipazione culturale. Questa strategia comprende alcune misure per migliorare le pari opportunità nell'accesso alla cultura (a livello intellettuale, fisico e materiale) e per considerare le diverse possibilità di espressione dei non professionisti. In questo ambito, la Confederazione definisce il proprio ruolo in collaborazione con i partner e gli assi d'azione centrali per promuovere la partecipazione culturale, nel rispetto del proprio mandato di politica culturale e sociale e considerando il principio della sussidiarietà.

Nell'ambito dell'adeguamento e dell'ampliamento generale delle competenze di promozione della Confederazione volte a rafforzare la partecipazione culturale e nell'ambito della formulazione di una strategia di promozione corrispondente, occorre attuare le seguenti misure specifiche nei campi d'azione già illustrati:

- *Formazione musicale*: il rapporto del gruppo di lavoro per l'applicazione del nuovo articolo 67a Cost. a livello federale illustra la situazione della formazione musicale in Svizzera e contiene numerose proposte per rafforzarla. Secondo il Consiglio federale occorre in primo luogo continuare ed estendere le misure già esistenti per promuovere la formazione musicale negli anni 2016–2019. Segnatamente, si dovranno sostenere maggiormente formazioni, concorsi e festival musicali nazionali. Occorrerà inoltre adottare le seguenti nuove misure:
 - *Programma «gioventù + musica»*: al centro delle nuove misure figura un programma «gioventù + musica» che sostiene la formazione e il perfezionamento di docenti di musica per non professionisti nonché i campi e i corsi di musica per bambini e giovani. Il programma «gioventù + musica» poggia su tre pilastri, alla stregua di quanto attuato in ambito sportivo («gioventù + sport»). Si propone di familiarizzare tempestivamente bambini e giovani con il mondo della musica, promuovendo così la loro crescita e il loro sviluppo. Per attuare il programma l'UFC collaborerà a stretto contatto con le associazioni musicali amatoriali e con i Cantoni. Così come per il programma «gioventù + sport», la concreta esecuzione del programma spetta in buona parte ai Cantoni (cfr. n. 4.2).
 - *Scuole di musica*: oltre alle associazioni musicali amatoriali, con la loro presenza in tutte le regioni della Svizzera anche le 431 scuole di musica sostenute dallo Stato sono attori importanti nella formazione musicale. Già nelle spiegazioni di voto sul nuovo articolo costituzionale, il Consiglio federale aveva fatto notare che i costi per frequentare le scuole di musica statali variano da Cantone a Cantone e che pertanto la possibilità dei giovani di imparare a suonare uno strumento musicale e sviluppare così il proprio talento dipende dal luogo di residenza e dal reddito. Il Consiglio federale ritiene che tutti i bambini e giovani debbano avere opportunità analoghe per quanto riguarda la formazione musicale. A tal fine ha proposto, sulla base della nuova competenza di adottare una legislazione quadro attribuita alla Confederazione dall'articolo 67a capoverso 3 Cost., che le scuole di musica sovvenzionate dallo Stato offrano tariffe scolastiche per garantire pari opportunità di accesso a bambini e giovani (cfr. n. 4.2). In primo luogo, le scuole di musica devono offrire a tutti i bambini e giovani, fino al termine della formazione di livello secondario II, tariffe scolastiche inferiori a quelle per gli adulti. In secondo luogo, per i bambini e i giovani di famiglie a basso reddito, occorre definire tariffe scolastiche con ulteriori riduzioni di prezzo, tenendo conto della maggiore esigenza di lezioni per i talenti musicali. L'organizzazione concreta delle tariffe nelle scuole di musica continua a spettare ai Cantoni. Inoltre, i Cantoni decidono autonomamente se introdurre riduzioni sull'iscrizione per i bambini e i giovani di famiglie a basso reddito mediante l'aumento della tariffa scolastica ordinaria per l'iscrizione alle scuole di musica o se compensare tali riduzioni attraverso fondi supplementari. La nuova legislazione di base della Confederazione avvantaggerà soprattutto gli studenti delle scuole professionali, per i quali finora non valevano le stesse tariffe applicate agli studenti liceali. Per agevolare un'intensa attività musicale degli studenti delle scuole professionali che affianchi la formazione professionale di base si creerà, seguendo l'esempio dello sport, un

marchio «azienda amica della musica», attribuito da un'associazione musicale adatta allo scopo. Infine, la Confederazione sosterrà economicamente l'Associazione svizzera delle scuole di musica (ASSM) per avviare e organizzare centri regionali per la promozione dei talenti.

- *Scuole universitarie di musica*: le scuole universitarie di musica sono istituti delle scuole universitarie professionali in ambito musicale. Le sette esistenti in Svizzera offrono un'ottima formazione, che gode di fama internazionale. Siccome in questi istituti il numero di posti è limitato (numero chiuso), l'accesso è disciplinato da una severa selezione. Attualmente gli studenti stranieri immatricolati nelle scuole universitarie di musica svizzere costituiscono solo il 50 per cento di tutti gli studenti, il che è decisamente una quota troppo bassa. Per migliorare le possibilità dei futuri musicisti svizzeri la SEFRI, l'UFC e la Conferenza svizzera dei direttori cantonali della pubblica educazione (CDPE) stanno vagliando diverse soluzioni possibili.
- *Promozione della lettura*: per sviluppare la promozione della lettura a lungo termine sono necessarie nuove misure. Tra queste, nell'ambito della promozione della lettura, la Confederazione dovrebbe sostenere, oltre alle organizzazioni, anche i singoli progetti (p. es. festival interregionali per bambini e giovani, giornate di lettura, marchi). In questo contesto, la Confederazione aspira a lavorare a stretto contatto con le scuole (p. es. nel sostegno delle letture di autori, e di progetti come «Schulhausroman» o «Roman des Romands») e a raggiungere nuovi destinatari (p. es. mediante progetti che trattino la letteratura scritta in una lingua più semplice per le persone con difficoltà di lettura, campagne pubblicitarie su biblioteche e librerie).
- *Mediazione artistica*: rispetto a quella di altri Paesi, la promozione della mediazione artistica in Svizzera non è ancora molto radicata. Ed è per questo che risulta ancora più importante portare avanti la riflessione sulla mediazione artistica e sulla sua promozione. Attraverso la promozione di progetti di mediazione al di fuori dei «classici» luoghi artistici, inoltre, si dovrebbe riuscire ad abbattere le barriere di accesso. Tra l'altro, il potenziale della mediazione artistica in ambito pubblico o nei festival artistici ormai consolidati in Svizzera non è ancora sfruttato.
- *Cultura amatoriale e popolare*: occorre continuare ad attuare la promozione delle tradizioni viventi (progetti, manifestazioni, associazioni, istituzioni) e in particolare la loro mediazione e documentazione. Rientrano in queste attività anche l'aggiornamento dell'inventario del patrimonio culturale immateriale («Lista delle tradizioni viventi in Svizzera») e l'elaborazione delle candidature UNESCO in collaborazione con gli enti delle tradizioni viventi nominate.

2.2.6

Lingue, comprensione e scambi in Svizzera

Situazione iniziale

La diversità linguistica e la multiculturalità rappresentano grandi sfide per la comprensione tra le comunità linguistiche e culturali presenti in Svizzera e sono perciò fondamentali per la coesione sociale del nostro Paese. Considerare la diversità culturale una possibilità e non un pericolo è già stato evidenziato come obiettivo fondamentale della politica culturale della Confederazione nel periodo 2012–2015.

Il rafforzamento della coesione sociale nell'ambito della promozione culturale ad opera della Confederazione si basa fundamentalmente su due pilastri: in primo luogo, la promozione delle lingue nazionali e della comprensione tra le comunità linguistiche sulla base della legge del 5 ottobre 2007⁴⁵ sulle lingue (LLing) e, in secondo luogo, la promozione dello scambio culturale nel Paese sulla base della LPCu.

Promozione delle lingue nazionali e della comprensione tra le comunità linguistiche

La promozione si articola lungo i quattro assi seguenti:

- *Lingue ufficiali della Confederazione*: miglioramento delle conoscenze linguistiche del personale della Confederazione, adeguata rappresentanza delle comunità linguistiche all'interno dell'Amministrazione federale.
- *Promozione della comprensione e degli scambi tra comunità linguistiche*: promozione degli scambi in ambito scolastico, promozione della ricerca applicata nell'ambito del plurilinguismo, promozione delle lingue nazionali durante le lezioni, promozione delle conoscenze degli alloglotti nella loro prima lingua (corsi nella lingua e cultura di origine), promozione della comprensione tra le comunità linguistiche.
- *Sostegno ai Cantoni plurilingui* (Berna, Friburgo, Grigioni, Vallese) nell'esecuzione dei loro compiti speciali legati al plurilinguismo in materia di autorità, giustizia, amministrazione e istruzione.
- *Salvaguardia e promozione della lingua e delle cultura italiana e romancia* nei Cantoni Ticino e Grigioni.

La promozione del plurilinguismo nell'Amministrazione federale è di competenza di tutti i dipartimenti e uffici federali nonché del delegato al plurilinguismo. L'UFC è responsabile dell'attuazione dei tre assi restanti.

La valutazione della promozione per il periodo 2012–2015 coincide parzialmente con la valutazione dell'applicazione della LLing a partire dalla sua entrata in vigore nel 2010:

- *Assegnazione di aiuti finanziari a terzi*: le nuove possibilità di promozione create dopo l'introduzione della LLing danno risultati positivi. Nel periodo 2012–2015 la Confederazione ha infatti potuto instaurare e consolidare la collaborazione con diversi partner (Fondazione ch per la collaborazione confederale, Istituto di plurilinguismo dell'Università di Friburgo e dell'Alta Scuola Pedagogica di Friburgo, CDPE per i progetti nell'ambito dell'insegnamento nelle lingue nazionali e della promozione dell'insegnamento agli alloglotti nella loro prima lingua, Cantoni plurilingui di Berna, Friburgo, Grigioni, Vallese e Ticino, organizzazioni nell'ambito della politica della comprensione). La collaborazione avviene di norma mediante i contratti di prestazioni e nella maggior parte dei casi si raggiungono gli obiettivi prefissati. L'ambito degli scambi scolastici rappresenta tuttavia un'eccezione: nonostante l'incremento delle risorse stanziare, non è stato possibile incrementare gli scambi tra studenti al di là delle frontiere linguistiche come auspicato. A questo proposito è necessario rafforzare l'impegno.
- *Insegnamento delle lingue straniere*: un tema molto discusso nell'ambito della politica linguistica è l'insegnamento delle lingue straniere. Nei Cantoni di lingua tedesca è sempre più sotto pressione l'insegnamento del francese a livello primario e secondario

⁴⁵

I e dell'italiano a livello secondario II⁴⁶. Questa tendenza si scontra con la strategia linguistica della CDPE, che è stata concretizzata nel concordato HarmoS e le cui basi trovano legittimazione nella LLing. La Confederazione osserva questa tendenza con preoccupazione: le soluzioni cantonali, che potrebbero penalizzare la seconda lingua nazionale, pregiudicherebbero la coesione nazionale e la dovuta comprensione tra le comunità linguistiche. Nel 2015 sarà stilato un bilancio del processo di armonizzazione in corso. Se i Cantoni non avranno raggiunto una soluzione coordinata nell'insegnamento delle lingue straniere rispettando il concordato HarmoS, il Consiglio federale dovrà esaminare la situazione, segnatamente in merito a quanto stabilito dalla Costituzione (art. 62 cpv. 4 Cost.) per quanto riguarda l'armonizzazione degli obiettivi dei livelli formativi e l'applicazione della competenza federale sussidiaria.

- *Plurilinguismo nell'Amministrazione federale*: le elevate aspettative nei confronti del plurilinguismo all'interno dell'Amministrazione federale, in particolare la rappresentanza delle comunità linguistiche, non sono state ancora del tutto soddisfatte con la LLing. Come illustrato sopra, la responsabilità spetta a tutti i dipartimenti e uffici federali. In risposta a due interventi parlamentari (12.3009 e 12.3828) e sotto la direzione di DFI e DFF, è stata rivista l'ordinanza sulle lingue⁴⁷ nel periodo 2012–2015. Occorre ora attendere gli effetti di questa revisione.

Promozione degli scambi culturali in Svizzera

Per una vita culturale vivace e una comprensione profonda della cultura, sia propria che altrui, sono fondamentali gli scambi culturali all'interno del Paese. Pro Helvetia si occupa di promuoverli secondo l'articolo 21 LPCu (per le misure specifiche in ogni disciplina cfr. n. 2.1).

Nel periodo 2012–2015, in risposta alla tendenza all'omogeneizzazione culturale, Pro Helvetia ha fissato la «diversità culturale» come priorità e ha portato avanti il dibattito nel 2006 sull'identità culturale della Svizzera (programma echos – cultura popolare per domani 2006–2008) e sull'accesso alla cultura (programma Mediazione culturale 2008–2012). Gli strumenti esistenti per la promozione degli scambi culturali interni apportano un contributo fondamentale alla comprensione tra le comunità culturali e linguistiche del Paese.

Sfide

Le tendenze sociali elencate nel numero 1.4 influenzano direttamente il plurilinguismo istituzionale e individuale in Svizzera. Le lingue nazionali sono sempre meno diffuse e rilevanti a causa della crescente diffusione dell'inglese. Proprio per questo, la qualità e la diversità delle lezioni di lingua nelle scuole e il ruolo delle lingue nazionali all'interno delle lezioni di lingua sono e rimangono estremamente importanti. Particolarmente a rischio risulta essere l'italiano al di fuori della Svizzera italiana. La Confederazione deve reagire a questa situazione, utilizzando le possibilità concesse dalla legge federale sulle lingue.

Questi sviluppi sociali rappresentano una sfida anche per la diversità dell'offerta culturale nelle zone rurali. Una politica degli scambi culturali che abbia come obiettivo la promozione della coesione sociale dovrebbe concentrarsi anche sullo scambio tra i gruppi culturali e sociali in tutto il Paese.

La politica delle lingue, della comprensione e gli scambi interni non sono solo campi di azione centrali per il rafforzamento della coesione sociale, ma sono fondamentali anche per quan-

⁴⁶ Per le lezioni di italiano a livello secondario II si veda l'ultimo rapporto del 5 novembre 2013 di un gruppo di lavoro della Commissione svizzera di maturità.

⁴⁷ RS 441.11

to riguarda la partecipazione della popolazione alla vita culturale del Paese (cfr. n. 2.2.5). A questo proposito, la promozione della comprensione, del plurilinguismo e degli scambi culturali apporta un contributo decisivo al rafforzamento dell'accesso alla cultura, uno degli obiettivi principali della politica culturale della Confederazione.

Obiettivi e misure

Gli obiettivi della politica delle lingue, della comprensione e degli scambi culturali disciplinati dalla legge sono validi anche per il periodo 2016–2019.

Allo scopo di rafforzare la coesione sociale e di contribuire all'intensificazione degli scambi tra le comunità culturali ai sensi degli assi d'azione fondamentali (n. 1.6.1), le misure esistenti nei seguenti ambiti di promozione devono essere riviste o sviluppate ulteriormente:

- *Promozione degli scambi scolastici*: si auspica che il maggior numero possibile di giovani partecipi a progetti di scambio almeno una volta durante il percorso scolastico. Perciò occorre, in primo luogo, creare la possibilità di sostenere questo scambio non solo attraverso i servizi di base come accaduto finora, ma anche attraverso la promozione diretta. In secondo luogo, bisogna verificare fino a che punto la promozione degli scambi scolastici possa essere estesa alla formazione professionale e ai docenti⁴⁸. Ciò richiede un miglior posizionamento delle esigenze nell'agenda di politica formativa e una nuova impostazione dei contratti di prestazioni con la Fondazione ch.
- *Promozione della lingua e della cultura italiana al di fuori della Svizzera italiana*: in primo luogo la Confederazione intensifica, in collaborazione con i Cantoni, il miglioramento delle condizioni quadro per l'insegnamento della lingua (p. es. attraverso il monitoraggio scientifico di progetti pilota e l'elaborazione di materiali didattici per le lezioni). In secondo luogo, sempre in collaborazione con i Cantoni, verifica l'estensione della formazione bilingue.
- *Promozione degli scambi culturali interni*: Pro Helvetia intende intensificare la promozione degli scambi interni seguendo due assi. Oltre al sostegno rafforzato a progetti concreti di collaborazione e di scambio tra gli operatori culturali delle singole regioni linguistiche, oggi più che mai è necessario riuscire a promuovere anche la coesione tra i gruppi sociali, linguistici e culturali della Svizzera. A questo proposito si dovranno sostenere da un lato i festival e gli organizzatori svizzeri attivi a livello internazionale per garantire più spazio nella loro programmazione e dunque anche visibilità. Dall'altro, si dovranno sostenere maggiormente i festival e le manifestazioni che presentano in modo concentrato la creazione artistica svizzera interregionale, soprattutto nelle regioni periferiche, e che nei loro rispettivi contesti assumono la funzione di «punti di riferimento». In entrambi i casi si rafforza la consapevolezza culturale e si contribuisce alla varietà dell'offerta culturale. Inoltre, Pro Helvetia, riprendendo l'attuale priorità della diversità culturale, rifletterà sulle sfide culturali di una società dinamica in continuo cambiamento, dalla produzione di opere artistiche, passando per la loro diffusione e arrivando fino alla ricezione da parte del pubblico. In entrambi i casi la Fondazione lavorerà in stretta collaborazione con le Città e i Cantoni interessati.

⁴⁸ Uno scambio meramente scolastico non è possibile, in quanto la formazione professionale di base avviene, oltre che a scuola, anche nell'azienda formatrice e nella formazione interaziendale. Le attività di mobilità sovente si svolgono addirittura durante il tempo libero. Per semplificare e per restare aderenti alla LLing viene ugualmente usata l'espressione «scambi scolastici».

2.2.7

Nomadi e minoranza jenisch

Situazione iniziale

Si stima che in Svizzera vivano 30 000 persone di origine jenisch, di cui circa 3000 sono nomadi. La grande maggioranza trascorre l'inverno in un'area di sosta, mentre dalla primavera all'autunno è «in viaggio», si ferma in aree di transito e da lì fa visita ai clienti. I nomadi hanno gli stessi diritti e doveri della popolazione sedentaria (p. es. il dovere di pagare le tasse e prestare servizio militare, e il diritto di voto attivo e passivo).

Con la ratifica della Convenzione quadro del Consiglio d'Europa del 1° febbraio 1995⁴⁹ per la protezione delle minoranze nazionali, la Svizzera ha riconosciuto i nomadi svizzeri come minoranza nazionale impegnandosi in questo modo a promuovere le condizioni che consentono loro di curare e continuare a sviluppare la propria cultura. Ciò vale in particolare per la lingua jenisch che, con la ratifica della Carta europea del 5 novembre 1992⁵⁰ delle lingue regionali o minoritarie, la Confederazione ha dichiarato «lingua non territoriale» della Svizzera. Con l'entrata in vigore della LPCu, dal 2012 esiste una base legale formale che permette alla Confederazione di sostenere le richieste della popolazione jenisch in modo più attivo e completo (art. 17 LPCu).

Nel periodo in corso la Confederazione sostiene l'associazione *Radgenossenschaft der Landstrasse* e la fondazione «Un futuro per i nomadi svizzeri»:

- La *Radgenossenschaft der Landstrasse*, fondata nel 1975, è l'associazione mantello dei nomadi svizzeri. È un'organizzazione di auto-aiuto che s'impegna nella promozione della cultura jenisch e offre diversi servizi ai propri membri, in particolare consulenze nel campo della formazione, dell'esercizio della professione e in ambito sociale. L'associazione ha una particolare rilevanza storica e rappresenta, in quanto unica istituzione nazionale in questo ambito, gli interessi dei nomadi e della popolazione sedentaria di origine jenisch.
- La fondazione «Un futuro per i nomadi svizzeri» è stata fondata nel 1997 dalla Confederazione all'interno del processo di riparazione dei torti nei confronti della popolazione jenisch, in particolare attraverso l'azione «I bambini della strada». La fondazione promuove, in una conferenza tra autorità, la collaborazione tra Confederazione, Cantoni e Comuni e i nomadi per quanto riguarda la creazione di spazi di sosta e di transito, la formazione scolastica della popolazione nomade e le misure da attuare per raggiungere una migliore comprensione della scelta di vita della popolazione nomade in Svizzera.

Nonostante l'impegno di entrambe le associazioni, le condizioni di vita dei nomadi non sono migliorate significativamente dopo l'entrata in vigore delle nuove disposizioni legislative:

- Il numero degli spazi di sosta tra il 2001 e il 2014 è passato da 11 a 15, soddisfacendo però le necessità di solo il 50 per cento dei nomadi svizzeri che scelgono questo stile di vita. Il numero di spazi di transito, invece, nello stesso periodo è sceso da 51 a 45 e questa cifra riesce a soddisfare solo il 60 per cento del fabbisogno della popolazione; tre quarti di questi spazi di transito, inoltre, dispongono di infrastrutture carenti.
- Ciò nonostante, la Confederazione si è impegnata molto negli ultimi anni per creare incentivi finanziari affinché i Cantoni e i Comuni mettessero a disposizione alcune

⁴⁹ RS 0.441.1

⁵⁰ RS 0.441.3

aree militari del loro patrimonio immobiliare a un prezzo vantaggioso; la realizzazione di nuove aree, tuttavia, fallisce regolarmente a causa della mancata accettazione delle comunità locali.

- Negli ultimi anni il problema si è inasprito a causa dei nomadi provenienti dall'estero che transitano in Svizzera in estate, di solito di etnia Rom o Sinti, provenienti da Francia, Germania, Italia e Spagna. Queste popolazioni si spostano tradizionalmente in grandi gruppi con diverse decine di roulotte. A causa della mancanza di grandi aree di transito, spesso accade che i singoli gruppi di nomadi stranieri sostino senza autorizzazione su terreni non predisposti. Questo fenomeno causa tensioni con la popolazione locale e va a scapito dei nomadi svizzeri.

Gli organi europei si dimostrano preoccupati della situazione dei nomadi e della comunità jenisch in Svizzera. Considerato che non sono stati compiuti progressi tangibili, consigliano di trovare rapidamente soluzioni al problema della mancanza di aree di sosta e di combattere i fenomeni di intolleranza e rifiuto⁵¹.

Sfide

Nell'ambito del miglioramento delle condizioni di vita dei nomadi, la sfida maggiore consiste nel mantenere e creare le aree di transito e di sosta necessarie, ovvero adeguati spazi vitali per i nomadi. Altre sfide riguardano gli aspetti fondamentali dello stile di vita nomade: forte regolamentazione delle possibilità di sosta, guadagni limitati, scolarizzazione e formazione dei bambini e salvaguardia della lingua jenisch.

Attraverso l'impegno per i nomadi, la Confederazione contribuisce a tutelare la diversità culturale della Svizzera e la partecipazione culturale della popolazione nomade.

Obiettivi e misure

Con la ratifica della Convenzione quadro del Consiglio d'Europa per la protezione delle minoranze nazionali, la Svizzera si è impegnata a rispettare obblighi internazionali vincolanti nei confronti dei nomadi e della comunità jenisch. Considerato quanto illustrato, gli obiettivi della Confederazione dovranno essere i seguenti:

- *Rafforzare la fondazione «Un futuro per i nomadi svizzeri»*: promuovere la creazione di nuove aree di transito e di sosta è uno dei compiti fondamentali della fondazione. La Confederazione vuole far sì che la fondazione abbia la possibilità, anche economica, di sostenere i Cantoni e i Comuni nella creazione delle aree di transito e di sosta. Occorre ampliare il margine di manovra di «Un futuro per i nomadi svizzeri» per consentire alla fondazione stessa di acquistare o affittare i terreni.
- *Sensibilizzare l'opinione pubblica*: spesso la maggior parte della popolazione sa poco o nulla sulla minoranza nazionale dei nomadi. Attraverso l'attuazione dei progetti e dei piani per la creazione di aree di transito e di sosta per i nomadi si dovrebbe riuscire a incentivare l'accettazione e la fiducia della popolazione maggioritaria. A questo scopo la fondazione e le organizzazioni dei nomadi dovranno compiere attività di sensibilizzazione che dovranno essere finanziate dalla Confederazione.

⁵¹ Cfr. con il rapporto di aprile 2009 della Commissione europea contro il razzismo e l'intolleranza (ECRI); terza valutazione sulla Svizzera di marzo 2013 del Comitato sulla Convenzione quadro per la protezione delle minoranze nazionali; raccomandazioni di febbraio 2014 del Comitato ONU per l'eliminazione delle discriminazioni razziali (CERD).

- *Promuovere la lingua e la cultura jenisch*: per garantire la partecipazione culturale della comunità jenisch è necessario rafforzare l'impegno per sostenere la cultura e la lingua dei nomadi. Questo impegno si concretizza in progetti di formazione, in particolare progetti pilota per facilitare la regolare scolarizzazione dei bambini nomadi.

2.3 Attività culturali all'estero

Le attività culturali della Confederazione all'estero si articolano su due assi distinti: le misure di collaborazione istituzionale e quelle relative alla diffusione e alla promozione della cultura svizzera all'estero. Il primo asse rientra nelle competenze dell'UFC, mentre il secondo di Pro Helvetia. I compiti assunti in questi due ambiti di attività sono di natura differente: da un lato, l'UFC concentra il proprio impegno su scambi politici, la determinazione delle relative condizioni quadro e la rappresentanza della Svizzera in diverse piattaforme multilaterali, mentre dall'altro l'attività di Pro Helvetia predilige gli scambi culturali e artistici e i progetti bilaterali o transfrontalieri.

La collaborazione è necessaria su entrambi gli assi. Il DFI collabora allo scopo con il DFAE, che tramite la sua rete di rappresentanze esterne mette a disposizione le infrastrutture necessarie per la presenza culturale della Svizzera all'estero e si occupa dei contatti istituzionali con le organizzazioni multilaterali interessate. La competenza inerente ai contenuti è invece affidata al DFI. Allo scopo di offrire a questi singoli apporti pieno potenziale sulla scena internazionale, entrambi i dipartimenti predispongono meccanismi di scambio delle informazioni e di coordinamento periodico.

2.3.1 Collaborazione istituzionale

Situazione iniziale

La Svizzera sviluppa e intrattiene con l'estero una collaborazione istituzionale in materia culturale che si articola sul piano bilaterale e multilaterale. Il presente capitolo descrive i principali ambiti e orientamenti che si iscrivono in questa visione istituzionale di collaborazione della Svizzera con l'estero. Per una presentazione dettagliata delle collaborazioni tematiche, si rinvia ai numeri 2.1.1 (Accordi bilaterali in ambito cinematografico), 2.2.1 (Accordi bilaterali nell'ambito del trasferimento dei beni culturali), 2.2.3 (Patrimonio dell'umanità) e 2.2.5 (Patrimonio culturale immateriale).

Ambito multilaterale

Sul piano multilaterale, nel periodo 2012–2015 la Confederazione ha incentrato il proprio operato essenzialmente sulla partecipazione agli enti e agli strumenti culturali sviluppati dal Consiglio d'Europa e dall'Organizzazione delle Nazioni Unite per la scienza, l'educazione e la cultura (UNESCO).

Al Consiglio d'Europa la Svizzera s'impegna in seno al Comitato direttore per la cultura, il patrimonio e il paesaggio sostenendo questa nuova struttura nel quadro della riforma globale dell'istituzione. Nel gennaio 2013 ha inoltre aderito all'Accordo parziale allargato sugli itinerari culturali del Consiglio d'Europa.

In seno all'UNESCO, l'UFC s'impegna a favore delle convenzioni sul patrimonio mondiale, sul trasferimento dei beni culturali, sulla diversità delle espressioni culturali e sul patrimonio

culturale immateriale. L'immagine della Svizzera all'interno dell'UNESCO è complessivamente positiva: è considerata un partner serio e affidabile.

In Europa il principale ente regionale di promozione della cultura è attualmente l'Unione europea (UE). Nel periodo 2012–2015, il Consiglio federale punta a concludere un accordo con l'UE sulla partecipazione della Svizzera al programma quadro «Europa creativa» 2014–2020 (sottoprogrammi MEDIA e Cultura; al primo dei due la Svizzera ha già partecipato dal 2007 al 2013). Dopo il voto del 9 febbraio 2014 sull'iniziativa «Contro l'immigrazione di massa», la partecipazione della Svizzera ai programmi culturali europei (MEDIA e Cultura) non è tuttavia possibile nel 2014. Il Consiglio federale s'impegnerà per una partecipazione della Svizzera a partire dal 2016.

Ambito bilaterale

Sul piano bilaterale, la collaborazione istituzionale dell'UFC si concretizza principalmente in ambiti di competenza importanti della Confederazione, quali il cinema e il trasferimento dei beni culturali. Nel periodo 2012–2015 la Svizzera ha concluso accordi tecnici sul trasferimento dei beni culturali con la Cina e Cipro. Con il suo sistema federalista e il principio di sussidiarietà che ne deriva in materia culturale, in genere la Svizzera non stabilisce accordi di cooperazione culturale globali con altri Paesi, dato che le competenze ristrette della Confederazione su questo piano sfociano generalmente in difficoltà nell'applicazione pratica di tali accordi. Oltre a intrattenere scambi assidui con numerosi Paesi, con quelli vicini (Francia, Italia, Germania, Austria, Liechtenstein) la Svizzera organizza regolarmente colloqui bilaterali che le consentono di svolgere in modo ottimale gli affari culturali congiunti.

Occorre infine menzionare anche la rete delle scuole svizzere all'estero, un importante vettore di diffusione della cultura elvetica al di là dei confini della Svizzera e una garanzia dell'eccellenza del suo sistema educativo all'estero, elemento chiave per sviluppare le cooperazioni bilaterali in ambito culturale con i Paesi che ospitano scuole svizzere.

La promozione della trasmissione della formazione svizzera all'estero si è basata finora sulla legge del 9 ottobre 1987⁵² concernente il promovimento dell'istruzione dei giovani Svizzeri all'estero (LISE). Il finanziamento delle scuole elvetiche all'estero è stato regolato da crediti a preventivo annuali. In adempimento della mozione CSEC-N 09.3974 «Legge federale concernente il promovimento dell'istruzione dei giovani Svizzeri all'estero. Revisione», nel periodo 2012–2015 la LISE è stata sottoposta a una revisione totale. Lo scopo della revisione era quello di aggiornare e di ottimizzare il modello di promozione esistente nel quadro dell'attuale credito a preventivo. In sede di revisione totale si è deciso di integrare questo ambito nel messaggio sulla cultura. Dal 2016 il finanziamento della promozione della trasmissione della formazione svizzera all'estero è disciplinato dalla legge sulla promozione della cultura (art. 27 cpv. 3 lett. b LPCu).

Sfide

I nostri vicini europei e buona parte di altri Paesi considerano la cultura sulla scena internazionale come un fattore determinante di *soft power*. In confronto, la Svizzera sfrutta poco il potenziale che può rivestire un impegno culturale rafforzato. Questo dipende in particolare dalla frammentazione regionale e linguistica della vita culturale svizzera, che limita le dimensioni dei mercati e delle scene culturali regionali e riduce di conseguenza il loro potenziale di esportazione.

Tuttavia conviene investire in modo più consapevole nella cooperazione internazionale per migliorare gli scambi degli operatori culturali e per valorizzare le specificità del modello svizzero di promozione della diversità culturale.

Ambito multilaterale

Sul piano multilaterale, è importante che il nostro Paese possa continuare a partecipare ai grandi dibattiti culturali internazionali (cultura nell'era digitale, industrie culturali e creative, interculturalità, ecc.).

A tale titolo si constata che le istituzioni sulle quali la Svizzera concentra solitamente il proprio impegno multilaterale stanno dando prova di minore potenziale innovativo in materia culturale.

- *UNESCO*: attualmente l'UNESCO soffre di un ingente deficit di risorse. In questa situazione difficile deve trovare l'impulso necessario per rinnovare l'impegno, incentrato sull'efficacia e sul rafforzamento dei pilastri normativi dell'organizzazione: le proprie convenzioni. Questa constatazione implica la continuazione dell'impegno della Svizzera a favore di un'applicazione coerente, efficace ed esemplare delle convenzioni che ha siglato.
- *Consiglio d'Europa*: riforme radicali hanno condotto l'organizzazione a concentrarsi su tre temi cardine: lo Stato di diritto, la democrazia e i diritti umani. Questi cambiamenti mettono in discussione determinate attività culturali dell'organizzazione, che soffrono talvolta di mancanza di coerenza, di dimensione critica e di visibilità, sebbene la cultura sia un fondamento riconosciuto del progetto europeo. Il ruolo della cultura al Consiglio d'Europa ne risulta indebolito.

Ne deriva che l'UE appare attualmente un partner pertinente per la Svizzera in materia di politica culturale internazionale. La sua strategia è rivalutata ogni sette anni e permette di sviluppare progetti di ampio respiro a favore della mobilità delle opere e degli operatori culturali. Gli scambi interculturali sono promossi grazie al programma quadro «Europa creativa», che offre alla Svizzera un'opzione strategica per sviluppare e consolidare i legami culturali con i Paesi confinanti.

Ambito bilaterale

Sul piano bilaterale, la Svizzera dispone attualmente solo di strumenti singoli o decentralizzati per sviluppare il proprio influsso culturale in termini politici e strategici. Lo sviluppo di collaborazioni istituzionali bilaterali con l'estero costituisce dunque una sfida per la politica culturale della Confederazione.

Al riguardo, le scuole svizzere assumono un ruolo particolare. La legge federale del 21 marzo 2014⁵³ sulle scuole svizzere all'estero (LSSE) rafforza l'importanza delle scuole come mediatrici della cultura e della formazione svizzera all'estero. Le nuove disposizioni sono illustrate nel messaggio del 7 giugno 2013⁵⁴. Il periodo 2016–2019 si contraddistingue per l'introduzione e l'attuazione delle nuove basi legali.

Obiettivi e misure

La valorizzazione e il rafforzamento della collaborazione istituzionale sarà una priorità strategica della politica culturale svizzera per il periodo 2016–2019.

⁵³ RS 418.0

⁵⁴ FF 2013 4517

Ambito multilaterale

- *UNESCO*: la Svizzera deve sostenere il ricentrimento dell'Unesco e impegnarsi affinché l'organizzazione ripensi ai suoi principi fondamentali operando a favore di un'attuazione proficua delle convenzioni di cui è firmataria e continuando a impegnarsi a favore di questi principi nei Paesi partner. Questo comporta in particolare l'attuazione della Convenzione del 20 ottobre 2005⁵⁵ sulla protezione e la promozione della diversità delle espressioni culturali nel quadro di accordi di libero scambio, al fine di contribuire al riconoscimento internazionale di attività, beni e servizi culturali come portatori di identità, di valori e di contenuti nonché l'attuazione della Convenzione del 17 ottobre 2003⁵⁶ per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale mediante una valorizzazione costante e dinamica del patrimonio culturale immateriale in Svizzera sostenuta da candidature sulle liste dell'UNESCO. Durante il periodo 2016–2019 sarà inoltre opportuno valutare l'interesse di una ratifica della Convenzione del 2001 sulla protezione del patrimonio culturale subacqueo. Per quanto riguarda gli obiettivi e le misure nell'ambito del Patrimonio mondiale si rimanda al numero 2.2.3.
- *Consiglio d'Europa*: la sfida principale per la Svizzera consiste nel far riconoscere la cultura e le lingue quale elemento fondamentale degli obiettivi dell'organizzazione.
- *Unione europea*: la partecipazione della Svizzera al programma «Europa creativa» permetterebbe di migliorare notevolmente le opportunità di collegare la scena culturale svizzera alla rete internazionale, in particolare nel contesto della relativa perdita di influenza, in materia culturale, di partner classici della Svizzera per la collaborazione istituzionale. Nonostante le prospettive incerte dopo la votazione del 9 febbraio 2014 sull'iniziativa popolare «Contro l'immigrazione di massa», a medio termine la partecipazione della Svizzera ai programmi europei di promozione culturale (MEDIA e Cultura) rimane un obiettivo prioritario.

Ambito bilaterale

Per sviluppare una presenza strategica forte della politica culturale svizzera sul piano bilaterale è importante:

- posizionarsi strategicamente nella politica culturale all'estero collaborando con tutti i partner federali e con i Cantoni e le Città per identificare la necessità di collaborazioni alle quali la Confederazione può contribuire con soluzioni adeguate alla diffusione e alla valorizzazione della cultura svizzera all'estero (partenariati istituzionali internazionali, cooperazione intercomunale, sostegno o coordinamento con le reti intercantionali orientate sulla scena internazionale);
- rafforzare la rete delle scuole svizzere all'estero e promuovere la diffusione della cultura svizzera all'interno delle scuole: flessibilizzare le condizioni quadro per la gestione delle scuole svizzere all'estero e rafforzare il loro ruolo di mediatrici culturali; in caso di corrispondente domanda e comprovata necessità, estendere la rete di scuole svizzere all'estero mediante aiuti agli investimenti sussidiari e limitati nel tempo per la fondazione e organizzazione di nuove scuole; aiuti finanziari flessibili e di durata limitata per l'offerta formativa svizzera a istituzioni terze.

⁵⁵ RS 0.440.8

⁵⁶ RS 0.440.6

2.3.1

Diffusione della cultura svizzera all'estero

Situazione iniziale

La creazione culturale svizzera è richiesta in tutto il mondo: nel 2012, la Confederazione si è associata a oltre 3000 eventi in un centinaio di Paesi e in tutti i continenti. La cultura svizzera veicola così attraverso il mondo l'immagine di un Paese creativo e innovativo.

La promozione e la diffusione all'estero della cultura svizzera in tutta la sua diversità rivestono un ruolo fondamentale nella politica della Confederazione. Oggi gli operatori culturali possono affermarsi solo se si confrontano con il contesto internazionale: il mercato elvetico è troppo ristretto per permettere di sviluppare una carriera artistica di successo e il confronto con differenti culture è essenziale per la formazione di un'identità artistica.

Quale principale artefice della cultura all'estero, Pro Helvetia opera in stretta collaborazione con vari partner internazionali e servizi federali, tra cui l'UFC, Presenza Svizzera, le rappresentanze diplomatiche, la DSC, la SEFRI e gli uffici Swissnex. Ciò permette una concretizzazione coerente delle singole attività, migliora la visibilità dei progetti, stimola la conclusione di partenariati garantendo un impiego ottimale delle risorse.

- *Diffusione della cultura svizzera all'estero:* Pro Helvetia promuove la diffusione internazionale di progetti culturali in tutte le discipline artistiche (tournée di spettacoli e concerti, letture, esposizioni, traduzioni, ecc.) attribuendo sussidi (cfr. n. 2.1).

La Fondazione organizza inoltre la partecipazione della Svizzera ad alcuni eventi internazionali significativi, come la Biennale d'arte e di architettura di Venezia o la Quadriennale di Praga.

- *Sedi all'estero:* questa rete contribuisce agli scambi culturali in tutto il mondo. Comprende sia i centri e gli istituti culturali di Parigi (CCSP), Roma (ISR), Venezia, New York (SINY) e San Francisco (Swissnex), che dispongono di propri spazi per presentare la cultura svizzera, sia gli uffici di collegamento, che funzionano come intermediari e facilitano la presenza di artisti svizzeri e di manifestazioni importanti presso organizzatori locali (festival, musei, teatri, ecc.). I quattro uffici di collegamento esistenti si trovano al Cairo, a Johannesburg, Nuova Delhi e Shanghai. Essi offrono anche programmi di residenza che permettono agli operatori culturali di costituire reti di contatti individuali e di fare nuove esperienze professionali e culturali.
- *Programmi di scambio internazionali:* con i suoi programmi di scambio Pro Helvetia apre agli operatori culturali svizzeri nuove reti di contatti in regioni del mondo che si stanno sviluppando dinamicamente. Inoltre cura i rapporti con i Paesi limitrofi lanciando e promuovendo reti di scambio e di cooperazione tra organizzazioni culturali.
- *Misure di promozione:* Pro Helvetia sviluppa e finanzia strumenti per promuovere e diffondere attivamente la cultura svizzera all'estero. Quest'attività comprende tra l'altro l'allestimento di piattaforme per la creazione culturale attuale che si rivolgono a organizzatori e curatori internazionali, la presenza svizzera in occasione di fiere del libro all'estero e la messa a disposizione di informazioni sugli operatori culturali svizzeri e i loro lavori.

Nel periodo di promozione 2012–2015 Pro Helvetia ha contribuito notevolmente a rafforzare la visibilità della cultura svizzera all'estero attraverso le sue attività e le sue misure di promozione. Questo è dovuto anche all'attuazione dei nuovi compiti ripresi dall'UFC, segnatamente l'organizzazione, dal 2012, dei contributi svizzeri alle biennali di Venezia, tra cui quella d'arte nel 2013 e 2015 e quella di architettura nel 2012 e 2014 (cfr. n. 2.1.1) e il sostegno alla pre-

senza della letteratura svizzera alle fiere del libro all'estero (cfr. n. 2.1.4). La Biennale del Cairo non si è tenuta a causa delle sommosse politiche locali degli ultimi anni.

A conclusione del programma in Cina, la Fondazione ha lanciato un programma di scambio con la Russia per il periodo 2013–2015. Essa ha rafforzato inoltre gli scambi transfrontalieri con due programmi di vicinato con il Baden-Württemberg e il territorio di Belfort nonché con la Lombardia. Nel quadro dei programmi di scambio e della presenza alle grandi manifestazioni all'estero (Expo 2015 di Milano, Giochi olimpici di Londra del 2012), Pro Helvetia ha lavorato in stretta collaborazione con il DFAE, più precisamente con Presenza Svizzera.

Sebbene buona parte degli strumenti predisposti per promuovere gli scambi e la cultura svizzera all'estero si siano imposti, occorrerà verificarli regolarmente e adeguarli a nuovi sviluppi. Nel 2013 la Fondazione ha per esempio chiuso la sede esterna di Varsavia dopo 22 anni di presenza in Polonia, in quanto, grazie al lavoro pluriennale svolto, la rete esistente tra gli operatori culturali dei due Paesi si è sviluppata al punto che gli scambi potranno continuare senza intermediari. Anche in altre regioni il contesto è cambiato negli ultimi anni in seguito a svolte sociali e politiche, allo sviluppo dei mercati, alle nuove esigenze del pubblico e a nuove forme artistiche. Nel periodo 2016–2019 le attività delle sedi all'estero dovranno essere aggiornate tenendo conto dei cambiamenti avvenuti.

Sfide

I mercati culturali sono estremamente dinamici e richiedono sviluppi e adeguamenti costanti nella promozione e diffusione della cultura svizzera all'estero. Le principali sfide sono le seguenti:

- *L'evoluzione dei mercati culturali:* gli sviluppi economici e geopolitici generano nuovi mercati emergenti anche nella cultura. Città e Paesi nuovi (come il Brasile) si impongono così nel paesaggio culturale internazionale offrendo un grande potenziale per lo scambio e la diffusione della cultura svizzera. Per la Svizzera, buona parte di queste reti sono ancora inesplorate. Le richieste di sostegno a progetti nelle «nuove» regioni del globo è in crescita, da parte sia di artisti svizzeri sia di organizzatori esteri. Il potenziale di diffusione per la cultura svizzera è notevole, ma attualmente non abbastanza sfruttato per garantire una presenza a lungo termine e per creare reti durature.

D'altra parte, la diffusione internazionale avviene oggi maggiormente attraverso la presentazione delle opere alle manifestazioni importanti (festival, biennali, ecc.), che offrono maggiore visibilità agli artisti e generano, avendo un effetto moltiplicatore, nuovi inviti (spettacoli, letture, concerti, ecc.). Se oggi la Svizzera partecipa a determinati eventi, come la Biennale di Venezia o le fiere del libro, al contempo è assente da altre manifestazioni importanti (p. es. Design Week di Hong Kong, Biennale di San Paolo). Occorre quindi elaborare una strategia globale che tenga conto delle peculiarità delle singole discipline.

- *La crescente concorrenza internazionale:* la presenza nelle principali metropoli europee (p. es. Berlino, Londra o Parigi) è essenziale per la reputazione internazionale degli artisti svizzeri. Qui si trovano gli istituti culturali di importanza internazionale che aprono agli artisti nuove reti grazie alla loro fama e al loro prestigio. Tuttavia, la presenza in queste metropoli è difficile da garantire per la forte concorrenza. Il Centro culturale svizzero di Parigi ha provato l'efficacia della promozione degli artisti; le esposizioni in collaborazione con il Centro Pompidou ne sono l'esempio più eminen-

te. In mancanza di mezzi, la Svizzera non è stata tuttavia capace di sviluppare i propri modelli di esportazione nelle altre capitali culturali europee.

Per quanto riguarda le condizioni economiche, la situazione degli operatori culturali svizzeri nel contesto internazionale è radicalmente cambiata. Nonostante opere di grande qualità e il crescente interesse di curatori e organizzatori esteri, troppo sovente i progetti svizzeri incontrano una concorrenza di ordine finanziario. In effetti, come per la maggior parte dei settori economici, in Svizzera i costi di produzione, funzionamento e diffusione sono molto elevati rispetto ad altri Paesi europei. Questa situazione si è amplificata in seguito alla crisi dell'euro e dei massicci tagli ai fondi per la cultura di diversi Stati. Molti organizzatori esteri non sono più in grado di assumere i costi dei progetti provenienti dalla Svizzera. Per quanto riguarda gli artisti (musicisti, attori, danzatori), gli onorari troppo bassi non permettono di garantire l'esistenza e la qualità delle loro prestazioni. Questo compromette non solo la carriera degli artisti stessi, ma anche la diversità della presenza svizzera all'estero.

- *L'estensione delle regioni che le sedi esterne devono coprire:* gli uffici di collegamento di Pro Helvetia devono coprire zone geografiche molto estese (p. es. Africa australe, Paesi arabi), che comprendono anche Stati in cui il contesto culturale e politico è notevolmente cambiato, come l'Egitto dal 2011. I compiti e gli obiettivi devono essere regolarmente verificati e adeguati alla situazione. Le risorse delle sedi esterne non sono sufficienti, considerate le dimensioni e la complessità delle zone da coprire.

Obiettivi e misure

Pro Helvetia affronterà le sfide illustrate mediante le seguenti misure di promozione:

- *Sviluppo di un nuovo modello di esportazione per le metropoli europee:* per rafforzare la diffusione di opere e la presenza di artisti svizzeri all'estero in metropoli europee selezionate, dove la concorrenza è notevole e la presenza importante, saranno aperti uffici di promozione. Queste strutture snelle, flessibili e non dotate di propri spazi per manifestazioni, permetteranno di collegare le opere o gli artisti in questione con i luoghi di cultura locali (teatri, musei, sale di concerti, ecc.). Per il periodo 2016–2019 sono previsti a Londra e Berlino.
- *Apertura a nuove regioni e mercati per gli operatori culturali:* nel 2016 Pro Helvetia lancerà un programma di scambio in America latina, dando la priorità al Brasile, tra l'altro per vagliare la possibilità di aprire un nuovo ufficio di collegamento in questa regione. Nel periodo 2016–2019 rinsalderà inoltre i rapporti con la Russia, in modo da rendere durevoli i contatti allacciati negli ultimi anni tra gli operatori culturali dei due Paesi. Il programma di residenza della Fondazione sarà esteso a città della Russia e dell'America latina e sottoposto a una verifica per rilevare possibili sinergie con i programmi di residenza di Città e Cantoni. Gli uffici di collegamento di Shanghai, Johannesburg e Nuova Delhi dovranno essere in grado di estendere il loro raggio di azione nelle rispettive zone. Ciò permetterà di predisporre una rete durevole presso un maggior numero di partner e di Città e di intensificare gli scambi e la presenza di progetti artistici svizzeri nei rispettivi Paesi. L'ufficio del Cairo adeguerà le sue attività e svilupperà misure che tengono conto dei cambiamenti culturali e politici in atto.
- *Presenza regolare alle piattaforme e alle manifestazioni più importanti:* al fine di rispondere in maniera differenziata alle esigenze di promozione degli artisti, Pro Helvetia vuole assicurare la presenza sistematica di opere e artisti svizzeri alle principali piattaforme e manifestazioni (p. es. il Festival di Avignone o le borse degli spettacoli

come l'*Association of Performing Arts Presenters* di New York). Vi rientrano le dovute misure di promozione, come il coinvolgimento di curatori e organizzatori o lo sviluppo di strumenti di comunicazione specifici per manifestazione o disciplina.

La Fondazione ottimizzerà inoltre gli strumenti a sua disposizione per diffondere la cultura all'estero mediante le misure qui elencate:

- *Intensificazione dei partenariati con i Paesi confinanti e altri Paesi europei*: Pro Helvetia rafforza la costituzione di cooperazioni durature tra organizzatori e operatori culturali svizzeri ed europei.
- *Rafforzamento della competitività*: l'elevatissimo costo della vita e della produzione in Svizzera costituisce un notevole ostacolo alla competitività degli operatori culturali svizzeri sul mercato internazionale. Per consentire loro di essere competitivi rispetto ad altre produzioni europee (cfr. n. 2.1), occorre una maggiore partecipazione finanziaria ai progetti all'estero, principalmente nel quadro di tournée (concerti, letture, spettacoli, ecc.).
- *Sviluppo delle misure per la promozione degli artisti all'estero*: Pro Helvetia contribuirà, in collaborazione con le Città e i Cantoni, all'allestimento di uffici di produzione e diffusione a favore degli operatori delle arti dello spettacolo. Inoltre, nell'ambito della musica e delle arti visive realizzerà insieme a partner esterni piattaforme web coordinate in grado di fornire informazioni attuali sulla creazione artistica svizzera a organizzatori di concerti e curatori internazionali (cfr. n. 2.1).

2.4 Innovazione

La Confederazione si occupa di tematiche attuali di politica culturale e le esamina insieme ad altri operatori e promotori culturali o alla loro attenzione. Nello svolgimento di queste attività, la Confederazione sviluppa nuovi modelli di promozione e sostiene progetti innovativi atti a dare impulsi culturali.

2.4.1 Nuovi modelli di collaborazione – Cultura ed economia

Situazione iniziale

L'economia svizzera della creatività è molto dinamica, caratterizzata da un elevato potenziale innovativo e da un'offerta formativa ben affermata e di ottima qualità.

Nell'economia creativa rientra principalmente la produzione culturale a scopo commerciale, che si occupa della creazione, produzione, distribuzione e diffusione mediatica di beni e servizi culturali e creativi. All'interno di questo settore si possono distinguere i seguenti comparti di mercato: libro, cinema, fotografia, arte, musica, teatro, musei, design, architettura, videogiochi, stampa e pubblicità. Oltre a questi, esistono diversi ambiti dell'economia creativa in cui gli obiettivi di promozione della cultura, dell'economia e dell'innovazione si avvicinano molto e nei cui punti di contatto sono possibili sinergie. Una migliore concertazione permette di creare un vantaggio economico e culturale aggiuntivo, soprattutto in ambiti culturali dinamici e scalabili come il design, il cinema e i media digitali interattivi (applicazioni per cellulari, videogiochi, ecc.). Lo scopo dello sfruttamento economico in questi ambiti è palese e pertanto occorre concertare meglio gli strumenti esistenti e sviluppare

modelli di promozione nuovi e complementari, semplificare la fondazione di nuove imprese e promuovere l'accesso delle aziende culturali al mercato nazionale e internazionale.

Nel periodo 2012–2015 la Confederazione ha applicato per la prima volta misure di promozione concrete di economia culturale e creativa. Ha lanciato diversi progetti pilota e attuato le prime misure con partner attivi nella promozione della cultura, dell'economia e dell'innovazione, provenienti dal mondo dell'economia e dell'industria, e con attori culturali (scuole universitarie, designer, sviluppatori di videogiochi, ecc.). Tra i progetti pilota sostenuti vi sono stati i bandi concernenti i media digitali interattivi (cfr. n. 2.4.2) e la promozione delle nuove leve nel design (cfr. n. 2.1.2), la partecipazione a festival e fiere orientati all'economia culturale in Svizzera e all'estero nonché il trasferimento di conoscenze all'interno di *think tank* nazionali. Le esperienze raccolte finora in Svizzera e all'estero durante il periodo 2012–2015 sono molto incoraggianti e mostrano chiaramente che nel punto di contatto tra cultura ed economia in Svizzera resta inutilizzato un grande potenziale. Inoltre, è da considerarsi altrettanto positiva la risonanza che hanno ottenuto finora i suddetti progetti pilota della Confederazione.

Sfide

Collaborazione tra promozione della cultura e promozione dell'economia/dell'innovazione

Nell'economia creativa esistono ambiti (segnatamente il design, i media digitali interattivi e il cinema) in cui la promozione dell'economia e dell'innovazione da una parte e la promozione della cultura dall'altra perseguono obiettivi affini: gli operatori culturali devono poter sviluppare il proprio potenziale creativo e riuscire a lanciare i propri prodotti sul mercato con successo. Poiché entrambe le promozioni di solito lavorano con approcci differenti, attualmente non esistono, né per l'una né per l'altra, modelli di promozione completi e coordinati per l'accesso al mondo del lavoro da parte delle nuove leve. Per questa ragione, sovente i giovani talenti dell'economia culturale e creativa non riescono a sviluppare i propri prodotti e a diffonderli con successo sul mercato. La conseguenza di questo fenomeno è la fuga di molti talenti in altri Paesi, che approfittano dei risultati dell'eccellente offerta formativa delle scuole universitarie svizzere⁵⁷.

Orientamento internazionale delle industrie creative

Il mercato interno è troppo piccolo per ottenere successi a lungo termine nei mercati dell'economia creativa e il mercato internazionale è fortemente conteso. Occorre pertanto sviluppare modelli commerciali innovativi e nuovi formati per la promozione, in particolare del design e dei media digitali interattivi in Svizzera e all'estero, in modo da facilitare l'accesso al mercato internazionale e assicurare al nostro Paese una posizione dominante e durevole nel *Global Innovation Index* (indice di innovazione globale)⁵⁸.

Condizioni quadro – Osservatorio di economia culturale

Le aziende dell'economia creativa non operano né come le istituzioni culturali né come le imprese commerciali in senso stretto. Per uno sviluppo dinamico in questo settore economico vanno identificate e all'occorrenza ottimizzate le condizioni quadro specifiche. A questo

⁵⁷ Secondo lo studio dell'UST del 2007 riguardo all'esodo di giovani altamente qualificati in Svizzera (*Regionale Abwanderung von jungen Hochqualifizierten in der Schweiz*), il 9% dei giovani attivi nel campo del design e il 30% di quelli attivi nell'informatica si trasferiscono all'estero.

⁵⁸ Cornell University, INSEAD and World Intellectual Property Organization (WIPO) (2013): *The Global Innovation Index 2013: The Local Dynamics of Innovation*, Geneva, Ithaca and Fontainebleau.

scopo si devono, in primo luogo, raccogliere, elaborare e analizzare le basi scientifiche e i dati necessari.

Obiettivi e misure

Dei punti di contatto tra cultura, economia e innovazione si occupano congiuntamente l'UFC e Pro Helvetia. Quest'ultima porterà avanti l'attuazione, iniziata nel periodo 2012–2015, degli strumenti di promozione coordinati nell'ambito del design e dei media digitali interattivi nel nostro Paese e assumerà loro promozione e diffusione anche all'estero. L'UFC si dedica alla realizzazione di materiali di base, al chiarimento e all'ottimizzazione delle condizioni quadro e attua le misure concrete di promozione dell'economia culturale in ambito cinematografico (cfr. n. 2.1.7).

Promozione coordinata di innovazione e start-up

Le collaborazioni già avviate nell'ambito del design e dei media digitali interattivi tra la promozione della cultura, l'industria e la promozione dell'economia e dell'innovazione dovrebbero essere sistematizzate nel periodo 2016–2019 (cfr. n. 2.1.2 e 2.4). Pro Helvetia integra nel proprio mansionario i progetti pilota del periodo 2012–2015 nell'ambito del design e dei media digitali interattivi. Lo scopo è quello di creare una promozione di innovazione e start-up coordinata e complementare (dall'entrata nel mondo del lavoro fino al consolidamento sul mercato), che assicuri agli imprenditori dell'economia creativa la possibilità di esprimere appieno il proprio potenziale creativo e, allo stesso tempo, di posizionare con successo i propri prodotti sul mercato. Per fare ciò è necessario concertare gli strumenti già esistenti e integrarli con contributi a progetti (bozze, ricerche), contributi alla creazione (prototipi, produzione) e offerte per il sostegno dell'accesso al mercato (coaching, mentorato).

Un fattore decisivo per il successo della promozione coordinata è il fatto che la promozione dell'economia e dell'innovazione non inizia solo dopo la promozione della cultura, ma che entrambe cooperano fin dall'inizio in modo coordinato e complementare. La promozione della cultura sostiene i progetti e le strategie nella delicata fase di sviluppo, concentrandosi su qualità, creatività e innovazione. La promozione dell'economia mette a disposizione degli operatori culturali le proprie conoscenze imprenditoriali specifiche (sviluppo di modelli aziendali, piani di vendita, *best practises*, ecc.) e gli aiuti iniziali per accedere al mercato e alle esportazioni. La collaborazione sincronizzata tra la promozione della cultura e la promozione dell'economia fornisce all'economia creativa svizzera un vantaggio iniziale nell'accesso al mercato (inter)nazionale e genera valore aggiunto a livello economico. Questo processo genera possibilità di investimento nel Paese per investitori privati.

Rafforzamento della visibilità e della presenza in Svizzera e all'estero

Grazie all'introduzione di strumenti di promozione complementari (in collaborazione con il DFAE e partner dell'economia e della promozione delle esportazioni) e alla creazione di partenariati a lungo termine con piattaforme internazionali selezionate, come per esempio fiere e festival internazionali, si migliora l'accesso al mercato nazionale e internazionale e, al contempo, si rafforza l'immagine innovativa della Svizzera. L'unione di tutte le forze e un approccio coordinato riuscirebbero a produrre grandi risultati con un dispendio minimo. Il design e i media digitali interattivi sono ambasciatori straordinari per sottolineare in un contesto internazionale le qualità elvetiche, quali tecnologia, innovazione e talento.

Un osservatorio di economia culturale aggregato all'UFC riunisce ricerche di economia culturale svolte in Svizzera e all'estero, le analizza e le mette a disposizione degli interessati in forma facilmente accessibile. Crea inoltre le basi per determinare gli obiettivi politici e migliorare le condizioni quadro e assume il monitoraggio delle revisioni di legge rilevanti per l'economia culturale (diritto tributario, diritto del lavoro, diritti d'autore). Insieme a Pro Helvetia, anima il dibattito sull'economia culturale e sostiene manifestazioni su questo tema (*think tank*, Forum Cultura ed Economia, ecc.). L'UFC crea, insieme a Pro Helvetia, ai Cantoni e alle Città, reti di contatto che collegano tra loro operatori culturali, studenti, imprese, start-up, ricercatori, docenti, operatori economici e media.

2.4.2 Nuove tendenze culturali

Situazione iniziale

La cultura è sinonimo di dinamismo e di costante evoluzione; di conseguenza la sua promozione deve continuamente aggiornarsi. Le ultime tendenze sono la digitalizzazione, l'interdisciplinarietà e la commistione di tipi di pubblico.

La Confederazione affronta questa situazione cercando la collaborazione nei punti di contatto con altri ambiti della politica e dedicandosi a temi di fondamentale importanza per la consapevolezza culturale e lo sviluppo della politica di promozione della Svizzera. Inoltre, come previsto dall'articolo 16 capoverso 2 lettera b LPCu, la Confederazione sostiene progetti innovativi atti a dare nuovi impulsi culturali. Pro Helvetia promuove, tra le altre cose, lo sviluppo e la presentazione di mostre a tema, la realizzazione di progetti per la formazione del sapere, progetti di scambio tra le comunità regionali, linguistiche e culturali e la stampa e la distribuzione di pubblicazioni tematiche.

Un argomento centrale per il periodo di finanziamento 2012–2015 erano i «nuovi media», che nel frattempo hanno acquisito un ruolo importante nella produzione culturale e artistica contemporanea. Attraverso la priorità «Cultura digitale», Pro Helvetia e l'UFC si sono occupati di questo nuovo sviluppo. Pro Helvetia si è concentrata sugli effetti della digitalizzazione sulla produzione artistica basandosi sui tre assi seguenti:

- *Digitalizzazione nelle discipline artistiche*: il primo asse di questa priorità si è aperto all'influsso della digitalizzazione sulla diffusione, sulla promozione e sulla mediazione all'interno delle discipline artistiche classiche, come la letteratura in rete o i progetti di informazione musicale.
- *Progetti di cooperazione interdisciplinari nuovi media*: il secondo asse ha sostenuto progetti comuni di organizzatori, istituzioni e produttori di diverse discipline (arte, ricerca, economia), che si sono occupati a livello artistico delle tecnologie digitali più recenti o dei loro effetti sulla cultura e sulla società. I nuovi media, grazie alla loro prossimità alla tecnologia, sono predestinati ad anticipare e analizzare gli sviluppi futuri (come è avvenuto per la videoarte 30 anni fa).
- *Media digitali interattivi*: con il progetto *Mobile – in Touch with Digital Creation*, Pro Helvetia ha affrontato la questione degli effetti dell'onnipresenza dei dispositivi mobili sulla produzione artistica e della conseguente nascita di nuove forme di espressione artistica. Il progetto si è concentrato sulla creazione transmediale e interattiva, che sfrutta a livello creativo le nuove possibilità tecniche. Oltre all'iniziativa *Call for Transmedia Projects* e a una nuova edizione di *Call for Projects: Swiss Ga-*

mes, lanciati da Pro Helvetia, l'UFC, la Fondazione Focal e le Giornate di Soletta, sono stati messi a disposizione degli interessati anche dei soggiorni presso la celebre Organizzazione europea per la ricerca nucleare (CERN) di Ginevra. Pro Helvetia ha inoltre offerto, insieme ad autorevoli partner internazionali e nazionali, alcune piattaforme di promozione e formati per lo scambio del sapere e ha promosso in tutto il mondo la presenza di sviluppatori di videogiochi svizzeri in numerosi festival, manifestazioni, conferenze e fiere nazionali e internazionali (p. es. Tokyo Game Show, Game Developers Conference di San Francisco, FMX di Stoccarda).

Il periodo di finanziamento 2012–2015 ha ribadito l'importanza delle tendenze citate. Stanno nascendo sempre nuove forme d'arte interdisciplinari e la digitalizzazione ha già cominciato a modificare il panorama culturale. Queste iniziative ottengono notevole risonanza sia nel nostro Paese (aumento del numero di domande) sia all'estero (premi, riconoscimenti, manifestazioni, *think tank*, ecc).

Sfide

A seguito degli sviluppi sociali e del cambiamento tecnologico (cfr. n. 1.4), emergono sempre nuove forme di produzione, diffusione e ricezione. Dalle scuole universitarie arriva un numero crescente di talenti con una formazione interdisciplinare, che contribuiscono a creare nuovi punti di contatto tra cultura, scienza ed economia. In questo contesto si creano nuovi approcci che possono rappresentare le risposte attuali alle sfide future. Tuttavia, mancano ancora misure di promozione adeguate per dare spazio a questa nuova generazione e permetterle di sviluppare questo «laboratorio del futuro».

I nuovi media richiedono sovente condizioni di produzione speciali, che presuppongono una stretta cooperazione tra arte e scienza (tecnologia, ricerca di base, ecc.). In entrambi i settori vi sono specifiche possibilità di promozione, ma mancano gli incentivi per unire gli approcci artistici e scientifici e sfruttare le sinergie. Per quanto riguarda i media digitali interattivi, inoltre, occorre sondare il potenziale dei punti di contatto tra cultura ed economia, sia per lo sviluppo e la produzione, sia per la diffusione nazionale e internazionale (cfr. n. 2.4.1).

Obiettivi e misure

Le misure attuate finora per promuovere progetti innovativi (manifestazioni, simposi, pubblicazioni, ecc.) continueranno negli anni 2016–2019 e, a partire dal 2016, le conoscenze acquisite tramite il progetto «Cultura digitale» saranno integrate nelle attività di promozione ordinarie. Pro Helvetia intende continuare a occuparsi dell'economia creativa e, in particolare, rafforzare la cooperazione con la promozione di economia, innovazione ed esportazioni (cfr. n. 2.4.1). Inoltre, vuole sondare il potenziale nel punto di contatto tra cultura e scienza (concentrandosi sulla tecnologia). Attraverso un migliore coordinamento e una cooperazione più stretta tra tutti gli attori coinvolti, si potrà quindi sfruttare più coerentemente il potenziale sinergico oggi trascurato e creare un valore aggiunto per la cultura, l'economia e la scienza.

2.5 Contributo alla Città di Berna

Situazione iniziale

Dal 1848 la Città di Berna è sede dell'Assemblea federale, del Consiglio federale, dei dipartimenti federali e della Cancelleria federale. Per questo motivo e per la presenza di diverse rappresentanze diplomatiche estere, dagli anni Settanta le particolari spese culturali della

Città di Berna sono cofinanziate dalla Confederazione. Con l'articolo 18 LPCu, dal 2012 il contributo della Confederazione alla Città di Berna ha una base legale formale.

L'UFC ha stipulato un contratto di prestazioni con la Città di Berna per il periodo 2012–2015, in base al quale il 60-70 per cento del contributo della Confederazione è destinato a finanziare l'esercizio delle maggiori istituzioni culturali bernesi. Nel 2012 e 2013 sono state sostenute le quattro istituzioni seguenti: Museo di storia, Museo d'arte, Centro Paul Klee e *Konzert Theater Bern*. Dal 2014 la *Kunsthalle Bern* e la *Dampfzentrale Bern* hanno preso il posto del Museo d'arte e del Centro Paul Klee, il cui finanziamento in base a una nuova ripartizione dei compiti è diventato di competenza cantonale e non più cittadina. La scelta di queste istituzioni è avvenuta ad opera della Confederazione d'intesa con la Città di Berna. L'ammontare concreto degli aiuti finanziari della Confederazione alle singole istituzioni è stato deciso finora dalla Città di Berna, e le somme variano notevolmente: il *Konzert Theater Bern* riceve 400 000 franchi, mentre le altre tre istituzioni 70 000 franchi ciascuna.

A prescindere dalle maggiori istituzioni culturali, conformemente al contratto di prestazioni la Città di Berna devolve il 30-40 per cento del contributo della Confederazione a «progetti e programmi culturali». Di fatto, la Città di Berna destina il contributo della Confederazione e i suoi mezzi finanziari al sostegno di singoli progetti culturali e, nel rapporto annuale, comunica quali tra i 350 progetti sostenuti sono stati finanziati con l'aiuto della Confederazione. Negli anni 2012–2015 sono stati sovvenzionati anche piccoli progetti: 1500 franchi per un concerto di musica classica indiana e 2000 franchi per la stampa di una pubblicazione artistica.

Sfide

Già nel messaggio sulla cultura 2012–2015, il Consiglio federale aveva annunciato la necessità di rivedere l'utilizzazione del contributo della Confederazione⁵⁹. Nel frattempo è giunto alla conclusione che occorre adattare l'utilizzazione dei fondi dal 2016: la legittimazione del contributo alla Città di Berna è da ricercarsi nelle particolari esigenze culturali di una capitale, che si distingue in modo evidente per le proprie istituzioni culturali di rilievo in tutte le discipline e per i programmi culturali di grande impatto per quanto riguarda la qualità, il richiamo del pubblico e la copertura geografica. L'utilizzazione operata finora non teneva sufficientemente conto di questo obiettivo, concedendo tra l'altro eccessivo spazio al sostegno di progetti di piccole dimensioni.

Obiettivi e misure

Sulla base delle sfide descritte, il contratto di prestazioni con la Città di Berna dal 2016 è da rinegoziare. A questo proposito la Confederazione deve fare in modo che l'utilizzazione dei fondi da parte della Città di Berna sia più in sintonia con gli obiettivi del contributo.

3 Misure e finanze

In questo capitolo e nei disegni dei decreti finanziari il limite di spesa e i crediti sono arrotondati a centomila franchi. Talvolta l'arrotondamento può comportare apparenti errori di addizione.

⁵⁹ FF 2011 2767

3.1 Ufficio federale della cultura

3.1.1 Osservazioni preliminari

In introduzione, è utile menzionare tre novità riguardanti aspetti di bilancio che non sono oggetto del messaggio sulla cultura in quanto di competenza interna dell'UFC.

In primo luogo l'UFC intende creare una «galleria nazionale virtuale», per presentare su Internet le opere più importanti della collezione d'arte della Confederazione e della Fondazione Gottfried Keller (cfr. n. 2.2.1). Questo progetto necessita di mezzi supplementari di competenza dell'UFC pari a 200 000 franchi l'anno. In secondo luogo, nel periodo di promozione 2016–2019 l'UFC intende migliorare la situazione concernente gli scarsi dati disponibili sulla produzione, la promozione e il consumo culturale. Per allestire le statistiche sulla cultura, l'UFC ha bisogno di mezzi supplementari dell'ordine di 100 000 franchi l'anno. In terzo luogo, per il previsto «Osservatorio di economia culturale» (cfr. n. 2.4.1) richiede ulteriori mezzi quantificati in 100 000 franchi l'anno. I mezzi supplementari per le tre misure sopracitate saranno richiesti nel preventivo annuale.

I contributi che la Svizzera versa a organizzazioni e programmi internazionali in virtù di accordi internazionali (UNESCO, Consiglio d'Europa e UE [eventuali contributi ai programmi MEDIA e promozione della cultura]) sono obbligatori e pertanto non fanno parte del messaggio sulla cultura né dei limiti di spesa richiesti.

3.1.2 Limite di spesa per aiuti finanziari dell'UFC in virtù della legge sulla promozione della cultura

Tutte le attività dell'UFC previste nella LPCu sono finanziate nel quadro dei limiti di spesa LPCu:

- *Premi, distinzioni e acquisizioni:* in virtù dell'articolo 13 LPCu, l'UFC assegna premi e distinzioni negli ambiti dell'arte, del design, del teatro, della letteratura, della danza e della musica (cfr. n. 2.1.1–2.1.6). Inoltre acquisisce opere d'arte per le sue collezioni sulla base dell'articolo 13 LPCu (cfr. n. 2.2.1). Il credito «Premi, distinzioni e acquisizioni» comprende oltre ai premi attribuiti ai vincitori, la totalità delle spese di organizzazione delle cerimonie di attribuzione dei premi nei diversi ambiti. Nel periodo di promozione 2016–2019, l'ambito di attività «Premi, distinzioni e acquisizioni» non prevede alcuna modifica che abbia ripercussioni sulla pianificazione finanziaria della Confederazione.
- *Promozione della letteratura:* le risposte date a due postulati e a tre interpellanze hanno dimostrato che il paesaggio letterario è in mutamento e che sono necessarie misure supplementari della Confederazione per garantirne la vitalità (cfr. n. 2.1.4). L'UFC da un lato deve incoraggiare il lavoro culturale di edizione (assistenza e consulenza di autori, revisione critica, ecc.), lavoro di base fondamentale per la qualità e l'innovazione della letteratura svizzera. Dall'altro l'UFC deve sostenere finanziariamente riviste e supplementi letterari, ai fini della mediazione letteraria, di uno scambio tra scrittori e pubblico e tra le letterature delle diverse lingue nazionali nonché dello sviluppo della critica letteraria (cfr. n. 2.1.4). Per queste novità volte a rafforzare il paesaggio letterario svizzero, l'UFC prevede mezzi supplementari pari a 2 milioni di franchi nei limiti di spesa previsti dalla LPCu. Le misure dell'UFC a favore della promozione della letteratura saranno completate con l'aumento delle traduzioni

letterarie da parte di Pro Helvetia. Mezzi supplementari dell'ordine di 475 000 franchi l'anno sono previsti nei limiti di spesa di Pro Helvetia.

- *Musei, collezioni e reti di terzi*: in conformità con l'articolo 10 capoverso 1 LCPu, la Confederazione «può sostenere i musei, le collezioni e le reti di terzi nella loro attività di salvaguardia del patrimonio culturale, segnatamente mediante aiuti finanziari per le spese d'esercizio e i costi di progetti». Inoltre, «in caso di esposizioni d'importanza nazionale può contribuire al pagamento dei premi di assicurazione per le opere in prestito». Attualmente l'UFC sostiene 13 musei, collezioni e reti di terzi con contributi di esercizio pari a complessivamente 10 milioni di franchi l'anno circa (cfr. n. 2.2.1). Per i contributi a progetti e i contributi ai premi assicurativi per i prestiti di oggetti è a disposizione circa 1 milione di franchi l'anno. Nel periodo di promozione 2016–2019 non sono previste modifiche con ripercussioni finanziarie sul messaggio della cultura in applicazione dell'articolo 10 capoverso 1 LPCu. In particolare i 13 musei, collezioni e reti di terzi finora sostenuti finora continueranno a ricevere i contributi di esercizio nella stessa portata.
- *Partecipazione culturale*: in quanto elemento della politica sociale, la politica culturale deve tenere in considerazione l'insieme della popolazione. Secondo l'articolo 3 LPCu l'accesso della popolazione alla cultura è un importante obiettivo della politica culturale. La valorizzazione e il rafforzamento della partecipazione culturale sono anche pilastri centrali della strategia politico-culturale della Confederazione per gli anni 2016–2019 (cfr. n. 1.6.1). Per raggiungere questo obiettivo, dovrà essere creata una nuova competenza di promozione della Confederazione (cfr. n. 4.2) che consentirà all'UFC di sostenere iniziative e strutture di promozione di attività culturali di operatori non professionisti (tutte le fasce d'età e tutti i gruppi della popolazione), di attività culturali per bambini e giovani, di miglioramento dell'accesso fisico, finanziario e intellettuale alla cultura (progetti modello, giornate nazionali, festival, ecc.). Per attuare la nuova competenza di promozione, il nostro Collegio vi chiede mezzi supplementari pari a 600 000 franchi l'anno per il periodo 2016–2019. L'ambito di applicazione della nuova disposizione è chiaramente circoscritto da regimi di promozione precisi.
- *Formazione musicale*: la Confederazione promuove la formazione musicale sulla base dell'articolo 12 LPCu finora con circa 500 000 franchi l'anno. Il 23 settembre 2012, il Popolo e i Cantoni hanno accettato il nuovo articolo costituzionale 67a, che intende promuovere la formazione musicale: Confederazione e Cantoni devono adoperarsi a favore di un insegnamento musicale di qualità nelle scuole. L'attuale ripartizione delle competenze tra la Confederazione e i Cantoni nel settore scolastico rimane immutata. Nel tempo libero, bambini e giovani dovranno avere la possibilità di dedicarsi ad attività musicali. Particolare sostegno dovrà essere offerto ai giovani con spiccato talento musicale. Sulla base del nuovo articolo costituzionale e del proposto emendamento della LPCu (cfr. n. 4.2), proponiamo diverse misure a livello federale per rafforzare la formazione musicale (cfr. n. 2.2.5). Per attuare queste misure chiediamo per il periodo di promozione 2016–2019 mezzi supplementari pari a 3 milioni di franchi l'anno (2,5 milioni di franchi per l'anno 2016).
- *Promozione della lettura*: l'articolo 15 LPCu nella sua formulazione attuale conferisce alla Confederazione la competenza di adottare misure di lotta all'illetteratismo e di promozione della lettura. La lettura e la scrittura sono beni fondamentali. Costituiscono le porte del sapere, del pensiero e della cultura, danno accesso alla formazione e agevolano l'inserimento professionale. Con l'entrata in vigore, probabilmente il

1° gennaio 2016, della legge federale sulla formazione continua, la lotta all'illetteratismo sarà di competenza della SEFRI. I mezzi finanziari finora riservati all'UFC per tale compito (ca. 1 mio. di fr. l'anno) saranno trasferiti alla SEFRI. Nel periodo di promozione 2016–2019, l'UFC si concentrerà quindi prettamente sulla promozione della lettura.

Finora nell'ambito della promozione della lettura, l'UFC ha sostenuto cinque organizzazioni e istituzioni nazionali, tra cui la fondazione Bibliomedia e SIKJM, con contributi di esercizio pari a circa 3 milioni di franchi. La direzione scientifica di SIKJM sarà cofinanziata fino alla fine del 2016 dalla SEFRI conformemente alla legge sulla promozione della ricerca e dell'innovazione (per un importo totale di fr. 1 105 000 per il periodo 2013–2016). Dal 2017 l'UFC assumerà le spese di tale cofinanziamento d'intesa con la SEFRI. I mezzi finora iscritti alla SEFRI saranno trasferiti all'UFC.

A complemento della promozione attuale, che porta esclusivamente sulle strutture, nel periodo di promozione 2016–2019 è previsto il sostegno anche di singoli progetti, ad esempio di festival interregionali di letteratura per bambini e giovani, di giornate di lettura, di etichette, ecc. L'UFC cerca in questo modo attraverso le scuole (p. es. letture d'autore) di raggiungere nuovi gruppi target (p. es. letteratura in una lingua più facile, campagne di pubblicità su biblioteche e librerie, cfr. n. 2.2.5). Queste attività richiedono mezzi supplementari dell'ordine di 600 000 franchi l'anno.

- *Sostegno ai nomadi:* con la ratifica della Convenzione quadro del Consiglio d'Europa per la protezione delle minoranze nazionali, la Svizzera ha riconosciuto i nomadi in quanto minoranza nazionale e s'impegna in questo modo a promuovere le condizioni che consentono a tale minoranza di curare e continuare a sviluppare la sua cultura. L'articolo 17 LPCu conferisce alla Confederazione la competenza di adottare misure che permettano ai nomadi uno stile di vita consono alla loro cultura. Conformemente a tale, per il periodo 2012–2015 l'UFC ha sostenuto l'associazione *Radgenossenschaft der Landstrasse* e la fondazione «Un futuro per i nomadi svizzeri» mediante contributi annui complessivi di circa 400 000 franchi. Questi contributi devono essere aumentati per il periodo di promozione 2016–2019 di 300 000 franchi l'anno al fine di permettere alla fondazione «Un futuro per i nomadi svizzeri» di partecipare attivamente alla creazione di nuovi spazi di sosta e di transito (cfr. n. 2.2.7).
- *Sostegno alle organizzazioni culturali:* le organizzazioni culturali sono protagoniste e portatrici della diversità culturale in Svizzera, sia che rappresentino gli interessi degli operatori culturali professionisti, sia che consentano ai dilettanti di accedere alla cultura. Per questa ragione sono partner essenziali dell'UFC in vista di impostare e attuare gli obiettivi fondamentali della politica culturale della Confederazione. In virtù dell'articolo 14 LPCu, l'UFC sostiene le organizzazioni culturali per il periodo 2012–2015 con circa 3,4 milioni di franchi l'anno. Per il periodo di promozione 2016–2019 per questo ambito di attività non è prevista alcuna modifica con ripercussioni finanziarie sul bilancio federale.
- *Manifestazioni e progetti:* l'articolo 16 LPCu fornisce dal 1° gennaio 2012 una base legale formale in particolare per il sostegno di manifestazioni e progetti culturali destinati al grande pubblico (p. es. grandi manifestazioni di cultura popolare e amatoriale). Nel periodo di promozione 2016–2019 per questo ambito di attività non è prevista alcuna modifica con ripercussioni finanziarie per il bilancio federale.

- *Contributo per la cultura alla Città di Berna*: dagli anni Settanta, la Confederazione sostiene finanziariamente la Città di Berna per le particolari prestazioni culturali che fornisce in quanto capitale federale. Per il periodo di promozione 2016–2019 la Città di Berna beneficerà dello stesso sostegno (ca. 1,1 mio. di fr. l'anno) per le sue prestazioni culturali.

Sussidi

In conformità con gli articoli 9a, 10, 12–15, 16 capoversi 1 e 2 lettera a, 17 e 18 LPCu (in mio. di fr., arrotondati)

	2016	2017	2018	2019	2016–2019
Premi, riconoscimenti e acquisti	5,5	5,9	5,6	6,1	23,1
Promozione della letteratura	2,0	2,0	2,0	2,0	8,1
Musei, collezioni, reti di terzi	11,3	11,4	11,5	11,6	45,9
Partecipazione culturale	0,6	0,6	0,6	0,6	2,4
Formazione musicale	2,8	3,6	3,6	3,6	13,6
Promozione della lettura	4,2	4,5	4,5	4,6	17,7
Sostegno ai nomadi	0,7	0,7	0,8	0,8	3,0
Sostegno alle organizzazioni culturali	3,5	3,5	3,6	3,6	14,2
Manifestazioni e progetti culturali	1,3	1,3	1,3	1,3	5,2
Contributo per la cultura alla Città di Berna	1,0	1,1	1,1	1,1	4,3
Limite di spesa LPCu	32,9	34,6	34,6	35,3	137,5

3.1.3 Limite di spesa Cinema

La politica cinematografica della Confederazione si basa fundamentalmente su due strumenti: la promozione e la cultura cinematografiche (cfr. n. 2.1.7). La struttura di credito sottostante si basa essenzialmente su questi due ambiti principali di spesa. Per la prima volta l'aiuto finanziario alla Cineteca svizzera è oggetto di una rubrica separata nel quadro del limite di spesa.

- Il credito «Promozione cinematografica» comprende tutti gli aspetti legati alla produzione e alla commercializzazione di film svizzeri e alla coproduzione con l'estero. La promozione cinematografica si basava finora principalmente su due strumenti: l'aiuto selettivo e l'aiuto legato al successo (*Succès cinéma*). Nel quadro della promozione cinematografica selettiva, i contributi finanziari sono accordati sulla base di criteri qualitativi (in particolare la qualità artistica del progetto, la sua originalità e la professionalità). L'aiuto finanziario della promozione cinematografica legata al successo è calcolato in base al numero di entrate registrate dai cinema e ai ricavi generati dai festival cinematografici. Per la promozione cinematografica selettiva, l'UFC dispone di poco più di 20 milioni di franchi l'anno, per la promozione legata al suc-

cesso di circa 7 milioni di franchi l'anno. Per quanto riguarda la promozione cinematografica nel periodo di promozione 2016–2019 non è prevista alcuna modifica con ripercussioni finanziarie per il bilancio federale.

Sempre integrato nel credito «Promozione cinematografica» vi è lo strumento di promozione «PICS – Promozione degli investimenti cinematografici in Svizzera», con il quale l'UFC vuole creare gli incentivi affinché i film e le coproduzioni svizzere siano realizzati nella misura del possibile nel nostro Paese e creino qui del valore aggiunto. A tal fine l'UFC si fa carico del 20 per cento massimo dei costi di produzione in Svizzera (stipendi, onorari, servizi di aziende svizzere, ecc.). Con questo nuovo strumento si vogliono riportare in Svizzera i film che finora sono stati girati all'estero (cfr. n. 2.1.7). Per PICS sono necessari mezzi supplementari pari a 6 milioni di franchi l'anno per incentivare la produzione di 5–10 film di fiction e di altrettanti documentari. Il lancio di questo strumento è previsto per il 1° luglio 2016.

- Il credito «Cultura cinematografica» comprende le misure di promozione che contribuiscono a sensibilizzare il pubblico, a trasmettere temi e film rilevanti per la cultura cinematografica e a promuovere a livello nazionale e internazionale i film svizzeri. La Confederazione sostiene i festival cinematografici svizzeri, promuove la pubblicazione di riviste dedicate al cinema, programmi specifici per bambini e giovani nonché progetti volti a mantenere, sviluppare e innovare la produzione e la cultura cinematografiche in Svizzera. Sempre in questa rubrica rientrano i contributi all'agenzia Swiss Films. Per le attività legate alla cultura cinematografica nel periodo di promozione 2016–2019 non è prevista alcuna modifica che abbia ripercussioni sulla pianificazione finanziaria della Confederazione.
- Il credito «Cineteca» comprende i contributi di esercizio dell'UFC alla Cineteca. I lavori di costruzione e rinnovo dei locali di archivio della Cineteca a Penthaaz (Losanna) si concluderanno probabilmente alla fine del 2015. I nuovi edifici saranno interamente agibili all'inizio del 2016. In passato l'UFC ha finanziato il funzionamento della Cineteca con circa 3 milioni di franchi l'anno. I contributi di esercizio a carico dell'UFC a partire dal 2016 saranno dell'ordine di circa 7,4 milioni di franchi l'anno, già preventivati dalla Confederazione. La parte restante del finanziamento è a carico del Cantone Vaud e della Città di Losanna; contribuiscono al finanziamento anche le entrate generate dalla Cineteca.

Sussidi

In conformità agli articoli 3–6 LCin (in mio. di fr., arrotondati)

	2016	2017	2018	2019	2016–2019
Promozione cinematografica	30,4	33,7	34,0	34,4	132,4
Cultura cinematografica	9,4	9,4	9,5	9,6	38,0
Cineteca	7,4	7,5	7,6	7,6	30,1
Limite di spesa Cinema	47,1	50,6	51,1	51,6	200,5

3.1.4 Limite di spesa Trasferimento di beni culturali

Gli aiuti finanziari di cui all'articolo 14 LTBC consentono di sostenere progetti per la protezione e la conservazione di beni culturali mobili esposti a grave minaccia (cfr. n. 2.2.1). Tra questi le inventariazioni, le conservazioni in casi d'emergenza e altre misure di protezione, quali per esempio la salvaguardia e la valorizzazione di siti archeologici nonché di musei e collezioni locali. Vista la permanente esposizione al pericolo di beni culturali a causa di conflitti o per mancanza di infrastrutture, la realizzazione di questo tipo di progetti è più necessaria che mai. Inoltre sono sostenuti progetti di cooperazione tra istituzioni in Svizzera e all'estero. Il limite di spesa per il periodo 2016–2019 corrisponde allo stesso limite di spesa per il periodo 2012–2015.

Sussidi

In conformità all'articolo 14 LTBC (in mio. di fr., arrotondati)

	2016	2017	2018	2019	2016–2019
Trasferimento di beni culturali	0,8	0,8	0,8	0,8	3,1
Limite di spesa Trasferimento di beni culturali	0,8	0,8	0,8	0,8	3,1

3.1.5 Credito quadro Protezione del patrimonio culturale e dei monumenti storici

L'ambito di attività dell'UFC per quanto riguarda la protezione del patrimonio culturale e la conservazione dei monumenti storici spazia dall'elaborazione di basi e standard all'allestimento di perizie, alle attività di cooperazione internazionale fino alla concessione di aiuti finanziari. Questi ultimi riguardano principalmente due ambiti: da un lato il sostegno di misure per la conservazione di oggetti meritevoli di protezione secondo l'articolo 13 LPN, e dall'altro il sostegno di organizzazioni, progetti di ricerca, formazione e perfezionamento nonché relazioni pubbliche nell'ambito della protezione del paesaggio e della conservazione di monumenti storici secondo gli articoli 14 e 14a LPN (compreso l'Inventario federale degli insediamenti svizzeri da proteggere d'importanza nazionale, ISOS).

Per quanto riguarda l'aiuto finanziario a favore di oggetti meritevoli di protezione, nel periodo di promozione 2016–2019 non è prevista alcuna modifica con ripercussioni finanziarie per il bilancio federale. Poiché l'eccedenza di impegni, che a fine 2011 era ancora di circa 40 milioni, fino alla fine del 2015 probabilmente potrà essere portata a circa 13 milioni di franchi, rispetto agli anni 2012–2015 non è necessario iscrivere crediti a preventivo che superano il credito quadro ai fini di una riduzione dell'eccedente.⁶⁰

⁶⁰ Nel periodo creditizio 2012–2016, per l'ambito Protezione del patrimonio culturale e dei monumenti storici, il Parlamento ha approvato crediti a preventivo di complessivi 129 mio. di fr.. La somma di tali crediti superava volutamente di 24 mio. di fr. il credito quadro autorizzato, permettendo quindi una riduzione di una parte degli impegni pendenti degli anni precedenti, provocati da ritardi nei progetti. Un'eccedenza di impegni stimata in 13 milioni di franchi sarà necessaria anche in futuro poiché nell'ambito delle singole misure dal momento dell'impegno a quello del versamento della sovvenzione possono trascorrere diversi anni (dalla pianificazione edile, al permesso di costruzione, all'esecuzione dei lavori fino alla fatturazione definitiva all'UFC).

Per quanto riguarda il secondo credito, le misure previste per garantire la qualità dell'architettura e della pianificazione contemporanee (misure di sensibilizzazione alla cultura architettonica) richiedono mezzi supplementari pari a 500 000 franchi l'anno (cfr. n. 2.2.3). Inoltre in questo secondo credito è tenuto conto di una cessione della SEFRI all'UFC per il finanziamento dell'edizione de «I monumenti di arte e di storia della Svizzera», per un importo di circa 530 000 franchi l'anno dal 2017.

Sussidi

In conformità agli articoli 13, 14 e 14a LNP (in mio. di fr., arrotondati)

	2016	2017	2018	2019	2016–2019
Conservazione di oggetti meritevoli di protezione	21,6	21,8	22,1	22,3	87,8
Cultura architettonica, inventari federali, organizzazioni, ricerca, formazione e pubbliche relazioni	5,8	6,4	6,4	6,5	25,1
Credito quadro Patrimonio culturale e monumenti storici	27,4	28,2	28,5	28,8	112,9

3.1.6 Limite di spesa Lingue e comprensione

La promozione delle lingue nazionali e della comprensione tra le comunità linguistiche è sostenuta dall'UFC conformemente alla LLing nei seguenti ambiti: salvaguardia e promozione della lingua e della cultura italiana e romancia nei Cantoni Grigioni e Ticino nonché promozione della comprensione e dello scambio tra le comunità linguistiche (cfr. n. 2.2.6). Nel periodo di promozione 2016–2019 per quanto riguarda la promozione della lingua e della cultura italiana e romancia non è prevista alcuna modifica con ripercussioni finanziarie per il bilancio federale.

Tuttavia l'UFC vorrebbe introdurre due novità concernenti la comprensione e lo scambio tra le comunità linguistiche con ripercussioni sul bilancio. Innanzitutto l'insegnamento dell'italiano a livello secondario II è sempre più minacciato al di fuori della regione italoфона, e ciò mette in pericolo la comprensione e lo scambio tra le comunità linguistiche della Svizzera. Diversi interventi parlamentari si sono occupati di questo problema e hanno chiesto l'adozione di provvedimenti. Mezzi supplementari dell'ordine di 800 000 franchi l'anno a favore dell'insegnamento dell'italiano al di fuori della Svizzera italoфона dovrebbero poter sostenere la concezione, la valutazione, la consulenza tecnica di progetti pilota, l'elaborazione del materiale didattico ed eventualmente la creazione di formazioni bilingue. In secondo luogo va sviluppato ulteriormente lo scambio scolastico con l'obiettivo di una maggiore partecipazione di studenti nel corso della loro carriera scolastica. A tal fine è necessario rafforzare i programmi di scambio, da un lato aumentando insegnanti e formazioni professionali e dall'altro (oltre alla promozione attuale delle prestazioni di base) incoraggiando direttamente i progetti di scambio. Questa azione richiede mezzi supplementari pari a 450 000 franchi l'anno. Entrambe le novità rientrano nel credito «Misure volte a favorire la comprensione» che rispetto al periodo 2012–2015 dovrà essere incrementato di 1,25 milioni di franchi l'anno.

Sussidi

In conformità agli articoli 14–22 LLing (in mio. di fr., arrotondati)

	2016	2017	2018	2019	2016–2019
Promozione di cultura e lingua nel Cantone Ticino	2,5	2,5	2,5	2,6	10,1
Promozione di cultura e lingua nel Cantone dei Grigioni	5,0	5,0	5,1	5,1	20,2
Misure volte a favorire la comprensione	7,2	7,3	7,3	7,4	29,3
Limite di spesa Lingue e comprensione	14,7	14,8	15,0	15,1	59,6

3.1.7 Limite di spesa Scuole svizzere all'estero

La promozione delle scuole svizzere all'estero si fondava finora sulla LISE e su crediti a preventivo annui. In adempimento alla mozione CSEC-N 09.3974 «Legge federale concernente il promovimento dell'istruzione dei giovani Svizzeri all'estero. Revisione», la LISE è stata sottoposta ad una revisione totale (cfr. n. 2.3.1). Sulla base della nuova LSSE dal 2016 il finanziamento delle scuole svizzere all'estero avverrà mediante un limite di spesa quadriennale nel messaggio sulla cultura (cfr. n. 4.2), il che renderà possibile una migliore pianificazione a medio termine di tali scuole. L'integrazione delle scuole svizzere all'estero nel messaggio sulla cultura non ha – a meno di un'eventuale creazione di nuove scuole – ripercussioni finanziarie per il bilancio federale. Il limite di spesa richiesto corrisponde ai crediti preventivati nel piano finanziario.

Sussidi

In conformità agli articoli 10 e 14 LSSE (in mio. di fr., arrotondati)

	2016	2017	2018	2019	2016–2019
Scuole svizzere all'estero	21,5	21,8	22,0	22,2	87,5
Limite di spesa Scuole svizzere all'estero	21,5	21,8	22,0	22,2	87,5

3.2 Pro Helvetia

3.2.1 Contesto e situazione iniziale

L'integrazione di nuovi compiti nel portafoglio di attività esistenti è stata per Pro Helvetia una delle grandi sfide per il periodo 2012–2015. Per trovare i mezzi finanziari necessari, Pro Helvetia ha razionalizzato le sue attività di promozione e si è concentrata sulla produzione culturale contemporanea. Ha rinunciato alla realizzazione di ulteriori programmi per paese, ha chiuso l'ufficio di collegamento a Varsavia e ha deciso di pubblicare solo ogni due anni i

«Cahiers d'Artistes». Grazie all'introduzione del trattamento elettronico delle domande e al miglioramento dei processi, Pro Helvetia ha inoltre potuto ridurre le sue spese amministrative dal 14,7 per cento (2011) al 12 per cento⁶¹ (2013). Tuttavia Pro Helvetia non era finanziariamente in grado di realizzare completamente tutti i mandati. È per questo che ha optato per un'introduzione a tappe: la promozione delle nuove leve sarà introdotta gradualmente fino a fine 2015. Nella fotografia, il design e l'arte mediale, Pro Helvetia ha lanciato i primi progetti pilota e ha rinunciato per il momento all'introduzione di contributi alle opere di arte visiva (compresa la fotografia).

Nel quadro della presenza svizzera alla Biennale d'arte e di architettura di Venezia, Pro Helvetia si è concentrata maggiormente sulla rete internazionale della scena artistica e architettonica svizzera, creando in particolare il «Salon Suisse» presso il Palazzo Trevisan di proprietà della Confederazione. Ha infine dato il via alla sua partecipazione alla Quadriennale della scenografia a Praga nel 2015 con un programma in anteprima in Svizzera.

Con il programma di scambio «Swiss made in Russia» Pro Helvetia ha aperto le porte di nuovi mercati in Russia agli artisti svizzeri. I due programmi «Viavai» e «Triptic» hanno rafforzato la cooperazione tra la Svizzera e le vicine regioni della Lombardia, del Baden-Württemberg e dell'Alsazia. Alle fiere del libro all'estero, la Fondazione ha sostenuto circa 20 presenze l'anno, marcando considerevolmente la presenza a Mosca (2013) e Leipzig (2014) dove la Svizzera era paese ospite.

Dal 2012 Pro Helvetia ha integrato la mediazione artistica nel suo portafoglio ordinario e ha proseguito il suo lavoro sulla digitalizzazione e la diversità culturale. In particolare ha creato il «Fondo cultura popolare Pro Helvetia» per il sostegno dei giovani talenti, amministrato dalla comunità di interessi per la cultura popolare svizzera (IGV).

In Svizzera Pro Helvetia ha operato in stretta collaborazione con l'UFC, i Cantoni, le Città e gli enti di promozione privati. All'estero ha beneficiato delle sinergie della rete esterna del DFAE, con PRS e con la SEFRI (Swissnex), ad esempio nel quadro delle Olimpiadi estive a Londra o di «Swiss Spring», il programma di cultura per il 20° anniversario del riconoscimento della Repubblica ceca da parte della Svizzera.

3.2.2 Obiettivi e misure

Rafforzamento della creazione artistica: dalla promozione delle nuove leve all'eccellenza

Il passaggio dalla formazione alla creazione vera e propria è un momento importante in qualsiasi carriera artistica. La promozione delle nuove leve svolge pertanto un ruolo centrale, investendo nel futuro dei giovani talenti e consentendo il loro accesso al mercato nazionale, nonché facilitando lo sbocco sulla scena internazionale.

Nel periodo di finanziamento in corso, Pro Helvetia ha lanciato le prime misure di promozione tagliate su misura per i talenti in fiore. Tali interventi vanno da programmi di soggiorno e coaching a misure di promozione fino a contributi a presentazioni pubbliche e piattaforme che consentono l'inserimento a livello internazionale. Ora è importante valutare le esperienze fatte nel quadro di progetti pilota, perfezionare le misure di promozione e ancorarle nel portafoglio dei compiti.

⁶¹ In conformità alle norme del Servizio svizzero di certificazione delle organizzazioni di utilità pubblica che raccolgono donazioni (ZEWO).

La promozione della creazione artistica si aggiunge alla promozione delle nuove leve e completa la promozione cantonale e comunale, contribuendo alla diffusione in Svizzera e all'estero di una varietà di opere di grande valore. Finora Pro Helvetia ha concesso contributi per la realizzazione di opere negli ambiti della musica, della letteratura, della danza, del teatro e di progetti dedicati ai media interdisciplinari e digitali. Dal 2016 questo strumento di promozione di base sarà esteso alle arti visive (inclusa la fotografia). In questo modo la Fondazione colma una lacuna importante del sistema di promozione.

Mezzi supplementari necessari

È indispensabile completare le misure attuali e creare un sostegno sistematico alle nuove leve se si vuole che i giovani talenti superino con successo le tappe della loro carriera. Inoltre, i contributi per la realizzazione di opere saranno introdotti anche per le arti visive (inclusa la fotografia). A tal fine la Fondazione ha bisogno dei mezzi supplementari seguenti:

- introduzione della promozione sistematica delle nuove leve: 500 000 franchi l'anno;
- introduzione di contributi per la realizzazione di opere di arte visiva: 500 000 franchi l'anno.

Rafforzamento della coesione in Svizzera

Gli scambi culturali all'interno del Paese rafforzano la coesione: il Consiglio federale ne era già convinto nel 1939 quando ha creato Pro Helvetia e ancora oggi è uno dei compiti principali della Fondazione, conformemente alla LPCu.

Tenuto conto delle sempre crescenti differenze sociali (città/periferia/campagna, giovani/anziani, istruzione/non istruzione), oggi è quanto più importante intensificare lo scambio tra diversi gruppi culturali e linguistici per rafforzare la coesione sociale. I progetti di scambio, come le esposizioni, gli spettacoli di teatro e di danza, i festival, i concerti, le traduzioni o le manifestazioni di cultura popolare rappresentano dei ponti tra i gruppi culturali, linguistici e sociali, che permettono un incontro tra attori con origini diverse. Questi progetti portano in scena anche temi sociali importanti e innovativi e danno impulsi culturali che contribuiscono allo sviluppo del panorama culturale svizzero.

A rafforzamento della coesione in Svizzera Pro Helvetia prevede le seguenti misure:

- Promozione dello scambio culturale in Svizzera: oltre ad intensificare la collaborazione e gli scambi con gli operatori culturali di diverse regioni linguistiche, dovrà essere rafforzata anche la coesione tra i gruppi sociali, linguistici e culturali. A tal fine la Fondazione prevede due assi d'azione: da un lato organizzatori e festival svizzeri di risonanza nazionale e internazionale – in particolare nelle regioni periferiche – dovranno essere incentivati a inserire maggiormente gli operatori culturali svizzeri nella loro programmazione, contribuendo così ad una migliore comprensione reciproca tra le culture e al rafforzamento dell'identità culturale. Dall'altro la fondazione si confronterà con le sfide di una società interculturale che si sviluppa in maniera dinamica e con le relative ripercussioni sulla produzione artistica nonché sulla diffusione e sul recepimento da parte del pubblico. Su entrambi gli assi la fondazione lavorerà in stretta intesa con i Cantoni e le Città.
- Mediazione: attraverso una maggiore promozione di progetti di mediazione al di fuori dei «tradizionali» luoghi artistici, si vogliono abbattere le barriere che limitano l'accesso all'arte. Questo comporta un'intensificazione dello scambio del sapere e una stretta collaborazione con esperti internazionali per rafforzare i mediatori artisti-

ci che lavorano con nuove forme di mediazione e che, in questo modo, raggiungono un nuovo pubblico.

- Promozione della traduzione: Pro Helvetia intende rafforzare le competenze esistenti in Svizzera a livello di traduzione, in particolare per quanto concerne le nuove leve della traduzione letteraria, mediante offerte coordinate di qualificazione e contatti. Questo approccio garantisce la qualità delle traduzioni e aumenta il numero di opere tradotte. Inoltre la Fondazione intende aumentare i suoi contributi per le traduzioni. Affinché i libri tradotti siano anche letti, insieme a partner esterni la Fondazione introdurrà programmi specifici di promozione e diffusione in Svizzera e all'estero e volti a intensificare la vendita di licenze per libri svizzeri. Inoltre estenderà la promozione della traduzione alla sottotitolazione di opere teatrali, a pubblicazioni artistiche e culturali svizzere e ad altri strumenti di promozione.

Mezzi supplementari necessari

Per rafforzare la coesione sono necessari i seguenti mezzi supplementari: per gli scambi culturali in Svizzera mediamente 325 000 franchi l'anno, per rafforzare la promozione della traduzione mediamente 525 000 franchi l'anno (introduzione scaglionata delle due misure).

Rafforzamento della presenza internazionale

La diffusione della cultura svizzera all'estero è uno dei compiti centrali della promozione culturale della Confederazione. Gli operatori culturali svizzeri, data la limitata portata del mercato interno, dipendono dagli scambi internazionali. La presenza internazionale si rivela pertanto essenziale ai fini di una carriera artistica di successo (fama, sviluppo artistico), assicurando garanzie di finanziamento (coproduzioni) e una migliore commercializzazione delle opere. Inoltre contribuisce in modo sostanziale all'immagine internazionale di una Svizzera creativa e aperta al mondo.

La cultura svizzera suscita un grande interesse da parte degli organizzatori esteri e il suo potenziale di diffusione è alto. Il mercato internazionale non è tuttavia di facile accesso e la competitività è forte. Nel contempo il mercato dell'arte si sviluppa in maniera molto dinamica: nascono nuovi mercati (p. es. Sudamerica, Asia) d'interesse anche per gli operatori culturali svizzeri. Per questo è necessario anche intensificare l'incentivazione e la promozione, come hanno fatto negli ultimi anni altri Paesi europei sviluppando nuovi strumenti specifici di esportazione. Tali misure sono ancor più importanti per gli operatori culturali svizzeri che, rispetto all'estero, hanno elevati costi di vita e di produzione e un conseguente svantaggio competitivo rispetto ai colleghi europei. Pro Helvetia si è quindi posta come obiettivo quello di rafforzare la competitività finanziaria degli operatori culturali svizzeri aumentando i contributi ai loro progetti all'estero, intensificando le partnership istituzionali con i Paesi limitrofi e sviluppando ulteriormente le misure di promozione in funzione delle nuove sfide.

Oltre ad ottimizzare gli strumenti esistenti, per rafforzare la cultura svizzera all'estero Pro Helvetia intende adottare le seguenti misure:

- sviluppo di un modello di esportazione per le metropoli europee: istituzione di strutture semplici e flessibili (uffici di promozione) per permettere la diffusione della produzione culturale svizzera laddove la concorrenza internazionale è forte ma la presenza è indispensabile;

- apertura di nuove regioni e mercati per gli operatori culturali svizzeri, mediante l'avvio di un programma di scambio in America latina e l'ampliamento del raggio di azione degli uffici di collegamento;
- presenza regolare sulle principali piattaforme e manifestazioni internazionali, al fine di aumentare la visibilità degli artisti e il loro potenziale di diffusione all'estero.

Mezzi supplementari necessari

Per rafforzare in maniera duratura la cultura svizzera all'estero sono necessari mezzi supplementari pari a mediamente 1,7 milioni di franchi l'anno (introduzione scaglionata delle due misure). Inoltre, con la chiusura dell'ufficio di collegamento di Varsavia e la fine dei programmi con i Paesi limitrofi (Reno superiore, Lombardia e «Swiss Balkan Exchange Line»), si liberano alcuni mezzi che la Fondazione trasferirà internamente.

Rafforzamento dell'innovazione e creazione di valore aggiunto grazie alla promozione coordinata di design e media digitali interattivi («Cultura ed economia»)

Negli ambiti del design e dei media digitali interattivi (applicazioni mobili, giochi elettronici, ecc.) la Svizzera spicca per un potenziale di innovazione enorme, anche grazie all'elevato livello di formazione. Ciononostante accade spesso che idee promettenti non possano essere realizzate e che i talenti fuggano all'estero, dove trovano migliori condizioni di produzione per le loro creazioni e facilità per l'avvio di start-up.

Per far valere i punti forti della Svizzera nell'ambito della formazione e dell'innovazione, bisogna puntare su una promozione sistematica delle nuove leve nel design e nei media digitali interattivi. Poiché la promozione della cultura, dell'economia e dell'innovazione di norma si basano su approcci diversi, attualmente non esistono in Svizzera – a differenza dell'estero – strutture di promozione coordinate e complementari che consentano l'accesso al mondo del lavoro delle nuove leve. Pro Helvetia intende perciò intensificare e rendere sistematica la collaborazione con l'industria nonché la promozione dell'innovazione e dell'economia, già avviate nel quadro di progetti pilota (in particolare con la CTI). Gli strumenti esistenti saranno resi più armonici tra di loro e completati con contributi a progetti complementari di ricerca e progettazione, con contributi alla produzione di prototipi, nonché con programmi di coaching e mentoring individuali su temi concernenti l'entrata nel mondo del lavoro. Determinante è che l'approccio sia armonizzato dall'inizio: Pro Helvetia sostiene progetti e idee nella loro fase più delicata concentrandosi sulla qualità artistica, la creatività e l'innovazione. Con la promozione dell'economia e dell'innovazione, mette a disposizione degli artisti le sue competenze aziendali e aiuti iniziali per accedere al mercato e all'esportazione. La promozione coordinata dell'innovazione e l'aiuto iniziale dal momento dell'accesso al mondo del lavoro fino all'affermazione sul mercato garantisce agli artisti di poter sviluppare appieno il loro potenziale e di lanciare con successo i loro prodotti sul mercato.

Il design e i media digitali interattivi sono formidabili ambasciatori che permettono alla Svizzera di posizionarsi sul piano internazionale come Paese della tecnologia, dell'innovazione e del talento. Per sfruttare in maniera ottimale la possibilità di diffusione all'estero, Pro Helvetia vuole rafforzare la collaborazione con i partner dell'economia e della promozione dell'esportazione. L'obiettivo è unire le forze e sviluppare strumenti di promozione al passo coi tempi.

Mezzi supplementari necessari

L'introduzione della promozione coordinata di design e media digitali interattivi richiede mezzi supplementari pari a 1,5 milioni di franchi l'anno.

3.2.3 Limite di spesa Pro Helvetia

Sussidi

In conformità agli articoli 11, 16 capoverso 2 lettera b e 19–21 LPCu
(in mio. di fr., arrotondati)

	2016	2017	2018	2019	2016–2019
Promozione delle nuove leve	2,5	2,5	2,6	2,6	10,2
Promozione di opere d'arte	3,5	3,6	3,6	3,7	14,4
Scambi culturali e promozione in Svizzera	5,7	5,8	6,0	6,2	23,7
Scambi culturali e promozione all'estero	10,2	10,8	10,8	10,9	42,7
Sedi esterne*	7,5	7,6	8,0	8,1	31,2
Mediazione artistica	0,5	0,5	0,5	0,5	2,0
Cultura ed economia	1,5	1,5	1,5	1,5	6,0
Promozione della traduzione	0,8	0,8	1,3	1,6	4,5
Costi di personale e costi materiali	7,7	7,8	8,0	8,1	31,6
Limite di spesa Pro Helvetia	39,9	40,9	42,3	43,2	166,3

*Inclusi i costi di personale e d'esercizio delle sedi esterne

3.3 Biblioteca nazionale svizzera

La BN, che sul piano amministrativo è accorpata all'UFC, è diventata nel 2006 un'unità amministrativa GEMAP, ossia un'unità gestita mediante mandati di prestazione e preventivo annuale globale. Il finanziamento delle attività della BN non è quindi effettuato nel quadro del messaggio sulla cultura. I contributi di esercizio della BN alla Fonoteca, pari a circa 1,6 milioni di franchi l'anno, per i quali è stato autorizzato un limite di spesa proprio con il messaggio sulla cultura 2012–2015, fanno eccezione a tale principio.

Con l'integrazione della Fonoteca nella BN (cfr. n. 2.2.4), viene meno il limite di spesa attuale per il suo finanziamento. Come parte della BN anche le attività di archiviazione del materiale sonoro con riferimento alla Svizzera sono finanziate con il budget globale della BN. L'integrazione comporta spese supplementari pari a 1,3 milioni di franchi l'anno (senza il dispendio iniziale). I costi supplementari sono dovuti all'aumento delle spese di personale, per il fatto che gli stipendi degli impiegati della Confederazione sono circa il 20 per cento più alti degli stipendi attuali degli impiegati della Fonoteca. L'integrazione della Fonoteca non comporta un aumento dell'effettivo della BN. I mezzi supplementari necessari per l'integrazione della Fonoteca nella BN saranno richiesti al Parlamento dal 2016 nel quadro del budget globale annuale della BN.

Sulla base dell'articolo 17 LMC, il MNS riceve contributi federali annuali dalla Confederazione per l'esecuzione dei suoi compiti. Nel fornire le proprie prestazioni, il MNS si distingue per il suo agire in modo orientato all'economia aziendale e ai risultati e opera adeguati processi di controllo e di gestione. Incrementando l'affluenza di visitatori e sfruttando il potenziale di rendimento del Centro delle collezioni e della sua ricerca applicata, il MNS riesce ad aumentare la propria redditività.

Tra gli ambiziosi progetti di costruzione civile della Confederazione figura la ristrutturazione globale e l'ampliamento del Museo nazionale di Zurigo. La riapertura dell'ala della ex *Kunstgewerbeschule* (scuola di arti applicate) e l'inaugurazione del nuovo edificio, previste per il 2016, sono una pietra miliare nella storia centenaria del Museo, che non era mai stato ampliato né risanato integralmente finora. Grazie alle nuove sale di esposizione, il Museo potrà proporre la diversità culturale svizzera. In tre tappe, gli interventi di risanamento e di ristrutturazione porteranno le strutture edilizie e le infrastrutture museali dell'edificio centenario di Zurigo al livello di quelle risanate e rinnovate di Svitto (1989–1995) e Prangins (1986–1998): da un lato grazie a nuove e moderne infrastrutture, come ad esempio l'impianto di riscaldamento e di condizionamento, i nuovi impianti sanitari, un ristorante e un centro per lo studio nell'ala del vecchio edificio, dall'altro con l'auditorio e la biblioteca nonché nuove sale di esposizione, rispettivamente di 545 m² (piano terra), 490 m² (1° piano) e 1045 m² (2° piano) nel nuovo edificio.

Il finanziamento dei costi di investimento della Confederazione è stato approvato dalle Camere federali nel quadro dei relativi messaggi (messaggio concernente i progetti di costruzione e l'acquisto di terreni e immobili del settore civile per il 2004, 2006 e 2008 e messaggio concernente gli immobili del DFF per il 2013). La popolazione della Città e del Cantone di Zurigo ha approvato entrambi i progetti di finanziamento con una decisiva maggioranza. Solo la seconda delle tre tappe di costruzione (A, B, C) avrà ripercussioni sui costi di esercizio. Le tappe A e C sono tappe di risanamento del vecchio edificio e non influenzano lo spazio disponibile. Solo la tappa B amplia la superficie utile del museo, a seguito del nuovo edificio annesso. L'uso del Museo nazionale di Zurigo ampliato in seguito alla tappa B comporterà costi supplementari sia specifici all'edificio che al suo utilizzo. Il messaggio concernente gli immobili del DFF per il 2013 quantifica i costi supplementari del MNS dal 2016 in 4,66 milioni di franchi l'anno. Nel quadro del messaggio concernente i progetti di costruzione e l'acquisto di terreni e immobili del settore civile per il 2008 si era preventivato un fabbisogno supplementare di 6 milioni di franchi per spese specifiche legate all'uso.

Considerando le misure salariali comprensive del rincaro senza calcolare la messa in funzione del nuovo edificio, i costi del personale passeranno da 18,4 milioni di franchi nel 2016 a 18,9 milioni di franchi nel 2019. Per il periodo di finanziamento 2016–2019 sono stati preventivati complessivamente 74,6 milioni di franchi per i costi del personale, ovvero mediamente 18,6 milioni di franchi l'anno. I costi materiali e d'esercizio prima del calcolo della messa in funzione del nuovo edificio saranno pari a 12 milioni di franchi nel 2016. Tenuto conto del rincaro previsto, nel periodo di finanziamento 2016–2019 sono preventivati complessivamente 48,7 milioni di franchi, vale a dire mediamente 12,2 milioni di franchi l'anno per i costi materiali e d'esercizio. Queste cifre sono state calcolate secondo il principio del lordo. La messa in funzione del nuovo edificio da parte del MNS comporta, come menzionato, costi supplementari sia specifici all'edificio che al suo utilizzo a seguito del maggiorato

spazio utile. Dei 4,46 milioni di franchi di fabbisogno supplementare, il 49 per cento è destinato ai costi di personale per sicurezza, tecnica, vigilanza, mediazione, attività curatoriali, esercizio e pulizia e il 51 per cento ai costi materiali (merce, materiale, allestimento esposizioni, gestione immobili, esercizio e amministrazione).

Prima del passaggio alla nuova forma giuridica, il contributo federale al MNS è stato di 26,6 milioni di franchi nel 2008 e di 28,5 milioni di franchi nel 2009 per le spese speciali del progetto «Nuovo museo nazionale». Con l'esternalizzazione, i contributi messi a bilancio sono stati di 26,5 milioni di franchi nel 2010, 25,4 milioni di franchi nel 2011 e 25,2 milioni di franchi nel 2012. Tenuto conto del rincaro per il nuovo periodo finanziario 2016–2019, questo importo si aggirerebbe per il 2016 intorno ai 26,9 milioni di franchi. Compreso il fabbisogno supplementare menzionato nel messaggio concernente gli immobili del DFF, il contributo federale 2016 è fissato a 31,5 milioni di franchi.

Sussidi

In conformità all'articolo 7 LMC (in mio. di fr., arrotondati)

	2016	2017	2018	2019	2016–2019
Limite di spesa MNS	31,3	31,6	32,0	32,3	127,2

3.5 Tavola sinottica delle finanze

Nella tabella qui di seguito sono riportati i limiti di spesa e i crediti di impegno richiesti (credito quadro PCMS).

Credito	2016	2017	2018	2019	2016–2019
Limite di spesa LPCu	22,9	34,6	34,6	35,3	137,5
Limite di spesa Cinema	47,1	50,6	51,1	51,6	200,5
Limite di spesa LTBC	0,8	0,8	0,8	0,8	3,1
Credito quadro Patrimonio culturale e monumenti storici	27,4	28,2	28,5	28,8	112,9
Limite di spesa Lingue e comprensione	14,7	14,8	15,0	15,1	59,6
Limite di spesa Scuole svizzere all'estero	21,5	21,8	22,0	22,2	87,5
Limite di spesa Pro Helvetia	39,9	40,9	42,3	43,2	166,3
Limite di spesa MNS	31,3	31,6	32,0	32,3	127,2
Totale limiti di spesa e credito quadro	215,8	223,4	226,3	229,3	894,6

3.6 Confronto con il periodo 2012–2015

Nella tabella qui di seguito sono riportate le singole voci rispetto al periodo 2012–2015.

Credito ⁶²	2012–2015	2016–2019	Differenza	%
Limite di spesa LPCu	101,6	137,5	36,1	+35 % ⁶³
Limite di spesa Cinema	170,7 ⁶⁴	200,5	29,8	+17 %
Limite di spesa LTBC	2,9	3,1	0,2	+7 %
Credito quadro Patrimonio culturale e monumenti storici	105,0 ⁶⁵	112,9	7,9	+8 %
Limite di spesa Lingue e comprensione	51,7	59,6	7,9	+15 %
Limite di spesa Scuole svizzere all'estero⁶⁶	82,8	87,5	4,7	+6 %
Limite di spesa Pro Helvetia⁶⁷	140,4	166,3	25,9	+18 %
Limite di spesa MNS⁶⁸	103,5	127,2	23,7	+23 %
Totale intermedio	758,6	894,6	136,0	+18 %
Aumento medio periodo 2016–2019 rispetto al periodo precedente				+4,2 %
Aumento medio 2012–2019				+3,0 %
Crediti aggiuntivi a preventivo Patrimonio culturale e monumenti storici	24,0			
Totale	782,6	894,6	112,0	+14 %
Aumento medio periodo 2016–2019 rispetto al periodo precedente				+3,4 %
Aumento medio 2012–2019				+2,6 %

⁶² Il limite di spesa Fonoteca (in totale 6,3 mio. di fr. nel periodo 2012–2015) non sarà più parte del messaggio sulla cultura, visto che dal 1° gennaio 2016 la Fonoteca verrà integrata nella BN.

⁶³ L'elevato aumento percentuale rispetto al periodo in corso è in parte riconducibile a misure di attuazione della nuova disposizione costituzionale concernente la formazione musicale (votazione popolare del 23 settembre 2012) e al nuovo asse d'azione della partecipazione culturale.

⁶⁴ Limite di spesa Cinema incl. mezzi supplementari 2013–2015 per la Cineteca.

⁶⁵ I crediti a preventivo del periodo 2012–2015 ammontano a 129 mio. di fr. (compensazione di obblighi pendenti).

⁶⁶ Il credito per la promozione della formazione dei giovani Svizzeri all'estero nel 2012–2015 non era ancora parte di un limite di spesa.

⁶⁷ A causa dei limitati mezzi a disposizione, nel periodo di finanziamento in corso Pro Helvetia ha potuto introdurre diversi nuovi compiti soltanto a tappe oppure li ha dovuti rimandare al periodo di finanziamento successivo (cfr. n. 3.2.1).

⁶⁸ Il messaggio concernente gli immobili del DFF per il 2013 fissa un fabbisogno supplementare del MNS di 4,66 mio. di fr. l'anno a partire dal 2016. Ulteriori modifiche sono dovute soltanto al rincaro.

4 Commenti alle modifiche di legge

4.1 Modifica della legge sul cinema

La modifica della LCin è necessaria per due motivi: innanzitutto l'estensione della competenza di promozione della Confederazione a criteri basati sulla location per la promozione cinematografica richiede che questo principio sia iscritto nella legge. In secondo luogo, dall'ultima revisione della LCin nel 2001, l'evoluzione delle abitudini in materia di consumo cinematografico dal cinema a nuove forme di commercializzazione al di fuori delle sale cinematografiche richiede un adeguamento delle disposizioni sulla pluralità dell'offerta, in particolare sul pluralismo linguistico. La modifica delle disposizioni sulla pluralità dell'offerta risponde alle richieste della mozione CSEC-N 12.4017 «Adeguamento delle disposizioni sulla pluralità dell'offerta cinematografica».

Art. 8 Promozione della cinematografia selettiva, legata al successo e basata sulla location

Con la revisione dell'articolo 8 LCin, la Confederazione acquisisce la competenza di introdurre, oltre all'esistente promozione selettiva e legata al successo, anche la promozione basata sulla location. In questo modo si vogliono creare ulteriori incentivi per i film e le coproduzioni svizzeri prodotti prevalentemente in Svizzera, dove creano anche valore aggiunto. Lo strumento di promozione in altri termini mira a rinforzare il «swiss made» dei film svizzeri. Con questo incentivo si vogliono migliorare le condizioni quadro economiche e la competitività internazionale della produzione cinematografica svizzera (cfr. n. 2.1.7).

Art. 19 cpv. 2 e 3

La clausola del distributore unico (obbligo di acquisire i diritti di commercializzazione per tutte le regioni linguistiche della Svizzera) evita che il mercato svizzero del cinema sia segmentato in regioni linguistiche e alimentato unicamente da distributori dei Paesi vicini e garantisce che i film siano proposti in tutte le regioni linguistiche della Svizzera⁶⁹. La vigente clausola del distributore unico istituita nel 2001 è ormai superata in quanto si riferisce unicamente ai film in sala. La revisione intende estendere la clausola alla commercializzazione su video e DVD e in particolare nel settore dell'offerta cinematografica dei video on demand. Tiene conto delle esigenze culturali e linguistiche (pluralità dell'offerta) e adegua la LCin ai progressi tecnici degli ultimi anni. Questa estensione consente in particolare a piccoli distributori di acquisire più facilmente i diritti cinematografici anche per canali di commercializzazione al di fuori del cinema e di contribuire così alla pluralità dell'offerta.

Dal campo di applicazione dell'articolo 19 LCin è esclusa, secondo il capoverso 3, la commercializzazione dei programmi di cui all'articolo 2 lettera a della LRTV, poiché le emittenti di programmi televisivi nazionali o destinati alle regioni linguistiche sono già tenute a rispettare delle quote per opere svizzere ed europee secondo l'articolo 7 LRTV. Inoltre queste emittenti sono tenute a promuovere il cinema svizzero nell'ordine del 4 per cento delle entrate lorde, se i loro programmi televisivi comprendono la trasmissione di film. I diritti e gli obblighi delle emittenti televisive ai sensi della LRTV non sono toccati in alcun modo dall'adeguamento della clausola del distributore unico.

⁶⁹ FF 2000 4750

Art. 24 cpv. 3^{bis} e 5

L'articolo 24 capoverso 3^{bis} LCin estende l'obbligo di notifica già esistente ai distributori di film ora toccati dalla clausola del distributore unico. Il vigente obbligo di notifica dei risultati della commercializzazione in sala è pertanto esteso alle altre forme di commercializzazione di film in Svizzera. In linea di principio questo obbligo vale anche per i distributori stranieri di film, tuttavia solo per le commercializzazioni in Svizzera. L'attuazione di questo obbligo può avvenire con le risorse esistenti e non richiede mezzi supplementari. Con l'estensione dell'obbligo di notifica si ottiene una migliore panoramica del consumo cinematografico in Svizzera. Inoltre si consente di misurare meglio il raggiungimento degli obiettivi politico-culturali della pluralità dell'offerta e del pluralismo linguistico. La modifica dell'articolo 24 capoverso 3^{bis} LCin comporta anche una modifica dell'articolo 24 capoverso 5 LCin.

4.2 Modifica della legge sulla promozione della cultura

Una modifica della LPCu è necessaria per tre motivi: innanzitutto il finanziamento delle scuole svizzere all'estero deve ormai avvenire mediante il messaggio sulla cultura. In secondo luogo la Confederazione deve ricevere una competenza di promozione nell'ambito della partecipazione culturale. In terzo luogo l'attuazione della nuova disposizione costituzionale sulla formazione musicale richiede adeguamenti normativi a livello di legge. Le singole modifiche sono motivate qui di seguito.

Ingresso

Con l'articolo 67a capoversi 1 e 3 Cost., alla Confederazione è conferita una competenza costituzionale parallela a quella dei Cantoni in materia di promozione della formazione musicale e una competenza fondamentale di legiferare. Questa base costituzionale ampliata è ripresa nell'ingresso della LPCu.

Art. 2 cpv. 1 lett. g

Secondo l'articolo 2 capoverso 1 LPCu diverse leggi speciali sono escluse dal campo di applicazione della LPCu. Il finanziamento degli ambiti della cultura disciplinati da leggi speciali avviene tuttavia tramite il messaggio sulla cultura. Finora la LISE non era menzionata tra le leggi speciali di cui all'articolo 2 capoverso 1 LPCu. Affinché il finanziamento delle scuole svizzere all'estero in futuro possa avvenire tramite il messaggio sulla cultura, la LSSE sarà d'ora in poi inserita nella lista delle leggi speciali secondo l'articolo 2 capoverso 1 LPCu.

Art. 6 cpv. 1

Secondo l'articolo 6 capoverso 1 LPCu, la Confederazione sostiene solo i progetti, le istituzioni e le organizzazioni d'interesse nazionale. L'articolo 6 capoverso 2 LPCu definisce l'interesse nazionale in maniera non esaustiva. Il requisito dell'interesse nazionale è motivato dalla competenza di promozione sussidiaria della Confederazione secondo l'articolo 69 capoverso 2 Cost. Con l'articolo 67a capoverso 1 Cost., la Confederazione ha ottenuto nell'ambito della formazione musicale una competenza di promozione parallela. Per questo motivo nell'articolo 6 capoverso 1 LPCu devono essere fatte salve le misure di promozione della formazione musicale secondo l'articolo 12 LPCu.

Art. 9a Partecipazione culturale

Il rafforzamento della partecipazione culturale è uno degli assi centrali di azione della futura politica culturale della Confederazione (cfr. n. 1.6.1). Tuttavia, l'importanza politico-culturale di tale campo supera ampiamente il margine di azione previsto ora dalla legge. Le possibilità di promozione della Confederazione sono finora limitate a singoli ambiti (musica, lettura), determinati destinatari (organizzazioni di operatori culturali non professionisti) o particolari formati (progetti unici). Per tenere conto dell'importanza socio-politica della partecipazione culturale e per poterla rafforzare grazie a nuove misure (cfr. n. 2.2.5), è necessario prevedere una nuova disposizione di promozione nella LPCu.

Art. 12 cpv. 2 e 3

Per attuare il nuovo articolo costituzionale sulla formazione musicale, il Consiglio federale propone diverse misure di promozione secondo l'articolo 67a capoverso 1 Cost. (cfr. n. 2.2.4), che in linea di principio possono essere attuate sulla base del vigente articolo 12 LPCu. Un elemento centrale delle nuove misure di rafforzamento della formazione musicale è il programma «gioventù + musica», con il quale la Confederazione vuole sostenere la formazione e il perfezionamento di docenti di musica per non professionisti nonché le offerte di campi e corsi di musica per bambini e giovani. Data la sua importanza, il nuovo programma è esplicitamente menzionato nell'articolo 12 LPCu. Per l'attuazione del nuovo programma la Confederazione dipenderà dal sostegno amministrativo dei Cantoni. Secondo il capoverso 3, i Cantoni devono definire a tal fine un'autorità incaricata dell'attuazione. Spetta anche ai Cantoni definire l'assetto organizzativo di tale autorità. Se necessario, possono usufruire della possibilità della collaborazione intercantonale.

Art. 12a Tariffe delle scuole di musica

L'articolo 67a capoverso 3 Cost. conferisce alla Confederazione una competenza fondamentale di legiferare in materia di accesso dei giovani alla formazione musicale. Per l'accesso alla formazione musicale, svolgono un ruolo centrale le scuole di musica sovvenzionate dallo Stato presenti in tutto il Paese. Già nelle spiegazioni del Consiglio federale per la votazione sul nuovo articolo costituzionale, il Consiglio federale ha ricordato che oggi i costi per la frequentazione di un corso presso una scuola di musica variano da un Cantone all'altro e che la possibilità di imparare a suonare uno strumento o di sviluppare il proprio talento musicale dipende in parte dal domicilio e dal reddito. Attualmente solo 63 delle 431 scuole di musica offrono tariffe ridotte per bambini e giovani provenienti da famiglie economicamente svantaggiate. Inoltre in alcuni Cantoni l'insegnamento nelle scuole di musica è sovvenzionato solo fino al compimento dei 16 anni. Al di sopra di tale età i giovani in questi Cantoni pagano la tariffa intera prevista per gli adulti. In futuro, saranno applicabili a livello nazionale determinati requisiti minimi per quanto riguarda il limite di età che dà diritto alla riduzione delle tariffe e le tariffe per i bambini e i giovani provenienti da famiglie economicamente svantaggiate:

- secondo l'articolo 12a capoverso 1 LCPu le scuole di musica sovvenzionate dai Cantoni o dai Comuni devono prevedere per bambini e giovani fino alla conclusione del livello secondario II tariffe inferiori a quelle applicate agli adulti.
- Per i bambini e i giovani provenienti da famiglie economicamente svantaggiate, le scuole di musica devono prevedere, secondo l'articolo 12a capoverso 2, un'ulteriore riduzione delle tariffe.

I Cantoni determinano concretamente le tariffe delle scuole di musica e le riduzioni. I Cantoni definiscono in particolare anche i criteri applicabili ad una famiglia economicamente svantaggiata. A tal fine possono basarsi su normative esistenti. Dato che l'attuazione di questa disposizione di legge, non contestata nemmeno dalla CDPE, lascia un'ampia autonomia ai Cantoni, non ne può essere dedotto un diritto di finanziamento nei confronti della Confederazione.

Nel fissare il numero di lezioni per le quali i bambini e i giovani provenienti da famiglie economicamente svantaggiate ottengono un'ulteriore riduzione delle tariffe, i Cantoni devono tenere conto del fatto che gli allievi particolarmente dotati hanno bisogno di maggiore formazione e quindi di un numero maggiore di lezioni alla settimana (art. 12a cpv. 3 lett. d LPCu).

Art. 23 cpv. 1, art. 27 cpv. 3 lett. a e art. 28 cpv. 1

La competenza di attuazione delle misure sulla base della nuova competenza di promozione nell'ambito della partecipazione culturale spetta all'UFC. La lista delle competenze dell'UFC all'articolo 23 capoverso 1 LCPu va pertanto completata. La nuova competenza di promozione dell'UFC deve inoltre essere menzionata all'articolo 27 capoverso 3 lettera a e all'articolo 28 capoverso 1 LPCu.

5 Ripercussioni

5.1 Ripercussioni per la Confederazione

5.1.1 Ripercussioni finanziarie

I limiti di spesa e i crediti d'impegno complessivi richiesti con il messaggio sulla cultura ammontano a 894,6 milioni di franchi. I crediti richiesti superano pertanto di 53,7 milioni di franchi, ovvero del 6,4 per cento, le cifre del piano finanziario per il periodo 2016–2019. I mezzi supplementari rispetto al piano finanziario della Confederazione sono ripartiti come segue sull'UFC, Pro Helvetia e il MNS. Le esigenze finanziarie dell'UFC rispetto all'intero periodo di finanziamento 2016–2019 superano il piano finanziario di 15,0 milioni di franchi, ovvero del 2,6 per cento. Il fabbisogno ulteriore di Pro Helvetia è di complessivi 20,6 milioni di franchi, ovvero il 14,1 per cento oltre il piano finanziario. Il MNS necessita di 18,1 milioni di franchi in più - ovvero il 16,6 per cento - rispetto al piano finanziario.

I limiti di spesa e i crediti d'impegno richiesti aumentano in totale di 136,0 milioni di franchi rispetto al periodo 2012–2015 (cfr. n. 3.6). Rappresentano attualmente il limite superiore dei costi per la cultura finanziabili dalla Confederazione, fermo restando l'andamento positivo del bilancio.

5.1.2 Ripercussioni sull'effettivo del personale

Il presente progetto richiede per l'UFC ulteriori risorse personali stimate in una percentuale di occupazione del 550 per cento. Il personale supplementare è giustificato dall'attuazione delle nuove misure nei seguenti ambiti di attività: promozione della letteratura (percentuale di occupazione 60 per cento), PICS (percentuale di occupazione 80 per cento), cultura architettonica (percentuale di occupazione 50 per cento), partecipazione culturale (percentuale di

occupazione 80 per cento), formazione musicale (percentuale di occupazione 80 per cento) e promozione della lettura (percentuale di occupazione 50 per cento). Senza ulteriori risorse in personale le nuove misure non potranno essere implementate. Inoltre, a seguito del continuo aumento delle domande indirizzate all'UFC nell'ambito della promozione del cinema (circa 600 domande l'anno), dal 2016 l'aumento della percentuale di occupazione del 150 per cento limitato agli anni 2012–2014, sarà finanziato a tempo illimitato dall'UFC con il credito per il personale. I costi per il personale supplementare, comprensivi di contributi del datore di lavoro e assegni familiari, si aggirano complessivamente a 968 000 franchi l'anno (fr. 176 000 per posto a tempo pieno e per anno).

Le risorse finanziarie per il personale supplementare necessario a Pro Helvetia e al MNS per l'attuazione delle nuove misure sono iscritte nei loro limiti di spesa rispettivi.

5.1.3 Altre ripercussioni

Il progetto prevede che l'UFC, in collaborazione con i servizi federali interessati, elabori una strategia federale interdipartimentale per la cultura architettonica. Questa strategia dovrà essere sviluppata dal 2016 e attuata dal Consiglio federale entro il 2019. L'UFC è a capo del coordinamento. Creerà un comitato interdipartimentale per la cultura architettonica, incaricato di elaborare la strategia, in seno al quale saranno rappresentati tutti i servizi federali con compiti inerenti l'urbanistica. La strategia dovrà comprendere in particolare obiettivi generali della Confederazione per il rafforzamento della cultura architettonica in Svizzera, un piano di azione da rinnovare periodicamente con misure concrete dei singoli servizi federali, il fabbisogno finanziario per la loro attuazione e il coordinamento e l'integrazione di Cantoni, Comuni e privati.

Dal messaggio non scaturiscono altre ripercussioni per la Confederazione. In particolare esso non ha alcuna ripercussione strutturale e informatica.

5.2 Ripercussioni su Cantoni, Comuni e su centri urbani, agglomerati e regioni di montagna

Il nuovo articolo 12a LPCu sulle tariffe delle scuole di musica obbliga i Cantoni a rispettare determinate condizioni minime nel determinare le tariffe delle scuole. La Confederazione si limita a emanare principi e lascia ai Cantoni il compito di fissare concretamente le tariffe delle scuole di musica. Nei Cantoni dove è necessario un adeguamento delle tariffe attuali, ciò non comporterà necessariamente spese supplementari: i Cantoni possono decidere liberamente se l'introduzione della riduzione delle tariffe per bambini e giovani provenienti da famiglie economicamente svantaggiate sarà finanziata con l'aumento delle tariffe ordinarie delle scuole di musica o compensata con mezzi supplementari.

Nel quadro della «politica culturale nazionale», le politiche di promozione ai diversi livelli dello Stato devono essere armonizzate tra di loro (cfr. n. 1.5).

In linea di principio il presente messaggio non ha ripercussioni in materia di finanze o personale su Cantoni, Comuni, centri urbani, agglomerati e regioni di montagna. Solo il programma «gioventù + musica» comporterà per i Cantoni un leggero aumento delle spese per il personale.

5.3 Ripercussioni economiche

Il settore culturale e creativo svizzero è un importante fattore economico che dà un impiego a oltre 200 000 persone in ben 40 000 imprese e contribuisce per il 4,2 per cento al prodotto interno lordo svizzero⁷⁰. Inoltre, la variegata offerta culturale genera in Svizzera importanti impulsi, segnatamente per la qualità di vita della popolazione, per la scelta dell'ubicazione di un'impresa e per il turismo. Promovendo un'ampia offerta culturale, la Confederazione tiene conto della valenza sociale ed economica della cultura in Svizzera.

5.4 Altre ripercussioni

Il presente messaggio non ha alcuna ripercussione sostanziale su altri ambiti (politica estera, ambiente, pianificazione del territorio, ecc.).

6 Programma di legislatura

Il presente messaggio è stato annunciato nel messaggio del 25 gennaio 2012⁷¹ sul programma di legislatura 2011–2015 e nel decreto federale del 15 giugno 2012⁷² sul programma di legislatura 2011–2015.

7 Aspetti giuridici

7.1 Costituzionalità e legalità

La competenza budgetaria dell'Assemblea federale riguardo ai decreti federali scaturisce dall'articolo 167 Cost. L'emanazione dei singoli decreti federali si fonda sull'articolo 27 capoverso 3 lettera a (misure in conformità alla LPCu di competenza dell'UFC o di Pro Helvetia), lettera b (trasferimento dei beni culturali, cinema, lingue e comprensione, scuole svizzere all'estero, MNS) e lettera c (patrimonio culturale e monumenti storici) LPCu.

Le seguenti disposizioni costituiscono la base giuridica per l'impiego dei crediti in virtù dei decreti federali:

- *misure in conformità alla LPCu di competenza dell'UFC*: articoli 10, 11a, 12-15, 16 capoversi 1 e 2 lettera a, 17 e 18 LPCu;
- *cinema*: articoli 3–6 LCin;
- *trasferimento dei beni culturali*: articolo 14 LTBC;
- *patrimonio culturale e monumenti storici*: articoli 13, 14 e 14a LPN;
- *lingue e comprensione*: articoli 14–22 LLing
- *scuole svizzere all'estero*: articoli 10 e 14 LSSE;

⁷⁰ Christoph Weckerle, Hubert Theler, *Dritter Kreativwirtschaftsbericht Zürich*, ZHdK, Zurigo.

⁷¹ FF 2012 305, in particolare pag. 387

⁷² FF 2012 6413, in particolare pag. 6419

- *misure in conformità alla LPCu di competenza di Pro Helvetia*: articoli 11, 16 capoverso 2 lettera b e 19–21 LPCu;
- *MNS*: articolo 7 LMC.

La modifica della LCin e della LPCu rientra nella competenza dell'Assemblea federale in virtù dell'articolo 163 capoverso 1 Cost. La modifica delle due leggi federali si fonda sugli articoli 71 capoverso 1 (LCin), 67a capoverso 3 e 69 capoverso 2 (LPCu) Cost.

7.2 Forma dell'atto

Il disegno comprende otto decreti federali semplici (decreti di finanziamento) ai sensi dell'articolo 163 capoverso 2 Cost. nonché due modifiche di leggi federali esistenti.

7.3 Subordinazione al freno delle spese

Ai sensi dell'articolo 159 capoverso 3 Cost., le disposizioni in materia di sussidi nonché i crediti d'impegno e i limiti di spesa che generano nuove spese uniche di oltre 20 milioni di franchi o nuove spese ricorrenti di oltre 2 milioni di franchi devono essere approvate dalla maggioranza dei parlamentari di ciascuna Camera federale.

I presenti decreti federali approvano limiti di spesa e un credito quadro che superano i valori limite costituzionali. Pertanto l'articolo 159 capoverso 3 Cost. si applica a tutti i decreti federali nel quadro del presente messaggio.

7.4 Conformità alla legge sui sussidi

I decreti di finanziamento proposti sono conformi alle disposizioni della legge sui sussidi del 5 ottobre 1990⁷³. In conformità all'articolo 5 della legge sui sussidi, il Consiglio federale è tenuto a verificare periodicamente gli aiuti finanziari e le indennità. Per le sovvenzioni i cui decreti di finanziamento sono presentati periodicamente al Parlamento nel quadro di messaggi speciali, la verifica avviene nell'ambito del messaggio speciale in questione. Nel presente messaggio le tre priorità della verifica dei sussidi (importanza dei vari sussidi per gli obiettivi fissati dalla Confederazione, gestione finanziaria e materiale dei sussidi e procedure per la concessione di sussidi) sono illustrate al numero 2.

7.5 Delega di competenze legislative

L'emanazione delle disposizioni di esecuzione a modifica della LCin (introduzione della promozione della location in ambito cinematografico) è di competenza del DFI (art. 8 periodo 2 LCin). Le disposizioni di esecuzione a modifica della LPCu (introduzione della competenza di promozione per la partecipazione culturale) sono di competenza del Consiglio federale (art. 46 LPCu).

⁷³ RS 616.1

Appendice

- A** Decreto federale che stabilisce un limite di spesa per aiuti finanziari dell'Ufficio federale della cultura in virtù della legge sulla promozione della cultura nel periodo 2016–2019 (*disegno*)
- B** Decreto federale che stabilisce un limite di spesa nell'ambito del cinema nel periodo 2016–2019 (*disegno*)
- C** Decreto federale che stabilisce un limite di spesa nell'ambito del trasferimento dei beni culturali nel periodo 2016–2019 (*disegno*)
- D** Decreto federale che stanZIA un credito quadro nell'ambito della protezione del patrimonio culturale e dei monumenti storici nel periodo 2016–2019 (*disegno*)
- E** Decreto federale che stabilisce un limite di spesa nell'ambito delle lingue e della comprensione nel periodo 2016–2019 (*disegno*)
- F** Decreto federale che stabilisce un limite di spesa nell'ambito delle scuole svizzere all'estero nel periodo 2016–2019 (*disegno*)
- G** Decreto federale che stabilisce un limite di spesa per Pro Helvetia nel periodo 2016–2019 (*disegno*)
- H** Decreto federale che stabilisce un limite di spesa per il Museo nazionale svizzero nel periodo 2016–2019 (*disegno*)
- I** Legge sul cinema (*disegno*)
- J** Legge sulla promozione della cultura (*disegno*)

A

Decreto federale che stabilisce un limite di spesa per aiuti finanziari dell'Ufficio federale della cultura in virtù della legge sulla promozione della cultura nel periodo 2016–2019

Disegno

del ...

L'Assemblea federale della Confederazione Svizzera,

visto l'articolo 167 della Costituzione federale ⁷⁴;

visti gli articoli 9a, 10, 12–15, 16 capoversi 1 e 2 lettera a, 17, 18 e 27 capoverso 3 lettera a
della legge federale dell'11 dicembre 2009⁷⁵ sulla promozione della cultura;

visto il messaggio del Consiglio federale del ...⁷⁶,

decreta:

Art. 1

Per il versamento di aiuti finanziari dell'Ufficio federale della cultura nel periodo 2016–2019
è approvato un limite di spesa di 137 500 000 franchi.

Art. 2

Il presente decreto non sottostà a referendum.

⁷⁴ RS 101

⁷⁵ RS 442.1

⁷⁶ FF ...

B

Decreto federale che stabilisce un limite di spesa nell'ambito del cinema nel periodo 2016–2019

Disegno

del ...

L'Assemblea federale della Confederazione Svizzera,

visto l'articolo 167 della Costituzione federale ⁷⁷;

visto l'articolo 27 capoverso 3 lettera b della legge federale dell'11 dicembre 2009⁷⁸ sulla promozione della cultura;

visti gli articoli 3–6 della legge federale del 14 dicembre 2001⁷⁹ sul cinema;

visto il messaggio del Consiglio federale del [...] ⁸⁰,

decreta:

Art. 1

Per il versamento di aiuti finanziari nell'ambito del cinema nel periodo 2016–2019 è approvato un limite di spesa di 200 500 000 franchi.

Art. 2

Il presente decreto non sottostà a referendum.

⁷⁷ RS 101

⁷⁸ RS 442.1

⁷⁹ RS 443.1

⁸⁰ FF ...

C

Decreto federale che stabilisce un limite di spesa nell'ambito del trasferimento dei beni culturali nel periodo 2016–2019

Disegno

del ...

L'Assemblea federale della Confederazione Svizzera,

visto l'articolo 167 della Costituzione federale⁸¹;

visto l'articolo 27 capoverso 3 lettera b della legge federale dell'11 dicembre 2009⁸² sulla promozione della cultura;

visto l'articolo 14 della legge federale del 20 giugno 2003⁸³ sul trasferimento dei beni culturali;

visto il messaggio del Consiglio federale del [...] ⁸⁴,

decreta:

Art. 1

Per il versamento di aiuti finanziari nell'ambito del trasferimento di beni culturali nel periodo 2016–2019 è approvato un limite di spesa di 3 100 000 franchi.

Art. 2

Il presente decreto non sottostà a referendum.

81 RS 101

82 RS 442.1

83 RS 444.1

84 FF ...

D

Decreto federale che stanZIA un credito quadro nell'ambito della protezione del patrimonio culturale e dei monumenti storici nel periodo 2016–2019

Disegno

del ...

L'Assemblea federale della Confederazione Svizzera,

visto l'articolo 167 della Costituzione federale⁸⁵;

visto l'articolo 27 capoverso 3 lettera c della legge federale dell'11 dicembre 2009⁸⁶ sulla promozione della cultura;

visti gli articoli 13, 14 e 14a della legge federale del 1° luglio 1966⁸⁷ sulla protezione della natura e del paesaggio;

visto il messaggio del Consiglio federale del [...] ⁸⁸,

decreta:

Art. 1

Per il versamento di aiuti finanziari nell'ambito della protezione del patrimonio culturale e dei monumenti storici nel periodo 2016-2019 è stanziato un credito quadro di 112 900 000 franchi.

Art. 2

Il presente decreto non sottostà a referendum.

⁸⁵ RS 101

⁸⁶ RS 442.1

⁸⁷ RS 451.0

⁸⁸ FF ...

E

Decreto federale che stabilisce un limite di spesa nell'ambito delle lingue e della comprensione nel periodo 2016–2019

Disegno

del ...

L'Assemblea federale della Confederazione Svizzera,

visto l'articolo 167 della Costituzione federale⁸⁹;

visto l'articolo 27 capoverso 3 lettera b della legge federale dell'11 dicembre 2009⁹⁰ sulla promozione della cultura;

visti gli articoli 14–22 della legge federale del 5 ottobre 2007⁹¹ sulle lingue;

visto il messaggio del Consiglio federale del [...] ⁹²,

decreta:

Art. 1

Per il versamento di aiuti finanziari nell'ambito delle lingue e della comprensione nel periodo 2016-2019 è approvato un limite di spesa di 59 600 000 franchi.

Art. 2

Il presente decreto non sottostà a referendum.

⁸⁹ RS 101

⁹⁰ RS 442.1

⁹¹ RS 441.1

⁹² FF ...

F

Decreto federale che stabilisce un limite di spesa nell'ambito delle scuole svizzere all'estero nel periodo 2016–2019

Disegno

del ...

L'Assemblea federale della Confederazione Svizzera,

visto l'articolo 167 della Costituzione federale⁹³;

visto l'articolo 27 capoverso 3 lettera b della legge federale dell'11 dicembre 2009⁹⁴ sulla promozione della cultura;

visti gli articoli 10 e 14 della legge federale del ...⁹⁵ sulla trasmissione della formazione svizzera all'estero;

visto il messaggio del Consiglio federale del [...] ⁹⁶,

decreta:

Art. 1

Per il versamento di aiuti finanziari nell'ambito delle scuole svizzere all'estero nel periodo 2016–2019 è approvato un limite di spesa di 87 500 000 franchi.

Art. 2

Il presente decreto non sottostà a referendum.

⁹³ RS 101

⁹⁴ RS 442.1

⁹⁵ RS ...

⁹⁶ FF ...

G

Decreto federale che stabilisce un limite di spesa per Pro Helvetia nel periodo 2016–2019

Disegno

del ...

L'Assemblea federale della Confederazione Svizzera,

visto l'articolo 167 della Costituzione federale⁹⁷;

visti gli articoli 11, 16 capoverso 2 lettera b, 19–21 e 27 capoverso 3 lettera a della legge federale dell'11 dicembre 2009⁹⁸ sulla promozione della cultura;

visto il messaggio del Consiglio federale del [...] ⁹⁹,

decreta:

Art. 1

Per l'attività di Pro Helvetia nel periodo 2016–2019 è approvato un limite di spesa di 166 300 000 franchi.

Art. 2

Il presente decreto non sottostà a referendum.

⁹⁷ RS 101

⁹⁸ RS 442.1

⁹⁹ FF ...

H

Decreto federale che stabilisce un limite di spesa per il Museo nazionale svizzero nel periodo 2016–2019

Disegno

del ...

L'Assemblea federale della Confederazione Svizzera,

visto l'articolo 167 della Costituzione federale¹⁰⁰;

visto l'articolo 27 capoverso 3 lettera b della legge federale dell'11 dicembre 2009¹⁰¹ sulla promozione della cultura;

visto l'articolo 7 della legge federale del 12 giugno 2009¹⁰² sui musei e le collezioni;

visto il messaggio del Consiglio federale del [...] ¹⁰³,

decreta:

Art. 1

Per l'attività del Museo nazionale svizzero nel periodo 2016–2019 è approvato un limite di spesa di 127 200 000 franchi.

Art. 2

Il presente decreto non sottostà a referendum.

¹⁰⁰ RS **101**

¹⁰¹ RS **442.1**

¹⁰² RS **432.30**

¹⁰³ FF ...

I

Legge federale sulla produzione e la cultura cinematografiche (Legge sul cinema, LCin)

Disegno

Modifica del ...

I

La legge federale del 14 dicembre 2001¹⁰⁴ sul cinema è modificata come segue:

Sostituzione di un termine

In tutta la legge «Dipartimento» è sostituito con «DFI».

Art. 8 Promozione della cinematografia selettiva, legata al successo e basata sulla location

Possono essere assegnati aiuti finanziari sulla base di criteri legati alla qualità (promozione selettiva), al successo (promozione legata al successo) e alla location (promozione della location). Il Dipartimento federale dell'interno (DFI) definisce le condizioni, segnatamente quelle relative all'obbligo di reinvestire, e la procedura.

Art. 19 cpv. 2 e 3

² Un'impresa può commercializzare un film in prima visione nelle sale o ad altri fini lucrativi, soltanto se possiede per tutto il territorio svizzero i diritti per tutte le versioni linguistiche commercializzate in Svizzera.

³ È esclusa la commercializzazione da parte di emittenti televisive in programmi di cui all'articolo 2 lettera a della legge federale del 24 marzo 2006¹⁰⁵ sulla radiotelevisione.

Art. 24 cpv. 3^{bis} e 5

^{3bis} Le imprese che commercializzano film ad altri fini lucrativi al di fuori delle sale notificano annualmente i risultati della commercializzazione per versioni linguistiche.

⁵ I dati di cui ai capoversi 2, 3 e 3^{bis} sono pubblicati periodicamente.

¹⁰⁴ RS 443.1

¹⁰⁵ RS 784.40

II

¹ La presente legge sottostà a referendum facoltativo.

² Il Consiglio federale ne determina l'entrata in vigore.

...

In nome del Consiglio federale svizzero:

Il presidente della Confederazione,

Didier Burkhalter

La cancelliera della Confederazione,

Corina Casanova

J

Legge federale sulla promozione della cultura (Legge sulla promozione della cultura, LPCu)

Disegno

Modifica del ...

I

La legge federale dell'11 dicembre 2009¹⁰⁶ sulla promozione della cultura è modificata come segue:

Ingresso

visti gli articoli 67a capoversi 1 e 3, 69 capoverso 2 e 70 capoverso 3 della Costituzione federale¹⁰⁷,

Art. 2 cpv. 1 lett. g

¹ È fatta salva la promozione della cultura da parte della Confederazione secondo le leggi speciali seguenti:

g. legge federale del 21 marzo 2014¹⁰⁸ sulle scuole svizzere all'estero.

Art. 6 cpv. 1

¹ La Confederazione sostiene soltanto progetti, istituzioni e organizzazioni d'interesse nazionale, fatto salvo l'articolo 12.

Art. 9a Partecipazione culturale

La Confederazione può sostenere progetti volti a rafforzare la partecipazione culturale.

¹⁰⁶ RS 442.1

¹⁰⁷ RS 101

¹⁰⁸ FF 2014 2605

Art. 12 cpv. 2 e 3

² Promuove la formazione e il perfezionamento di docenti di musica per non professionisti nonché le offerte di campi e corsi di musica per bambini e giovani. A tale scopo gestisce il programma «gioventù+musica».

³ I Cantoni designano un'autorità incaricata dell'attuazione del programma «gioventù + musica».

Art. 12a Tariffe delle scuole di musica

¹ Le scuole di musica sostenute da Cantoni o Comuni prevedono per bambini e giovani fino alla conclusione del livello secondario II tariffe inferiori a quelle applicate agli adulti.

² Per i bambini e i giovani provenienti da famiglie economicamente svantaggiate sono previste tariffe ulteriormente ridotte.

³ I Cantoni emanano per le scuole di musica di cui al capoverso 1 disposizioni relative:

- a. alla riduzione delle tariffe secondo il capoverso 1;
- b. alla definizione di famiglie economicamente svantaggiate;
- c. a ulteriori riduzioni secondo il capoverso 2;
- d. al numero di lezioni per le quali è applicabile l'ulteriore riduzione delle tariffe secondo il capoverso 2; nel determinare il numero di lezioni vanno prese in considerazione le esigenze dei talenti musicali.

Art. 23 cpv. 1

¹ Le misure di cui agli articoli 9a, 10, 12, 15, 16 capoversi 1 e 2 lettera a, 17 e 18 nonché le misure di mediazione a esse direttamente connesse sono di competenza dell'Ufficio federale della cultura.

Art. 27 cpv. 3 lett. a

³ L'Assemblea federale autorizza i seguenti limiti di spesa e crediti d'impegno:

- a. limiti di spesa rispettivamente per le misure di cui agli articoli 9a, 10, 12, 15, 16 capoversi 1 e 2 lettera a, 17 e 18 e per le misure di cui agli articoli 11, 16 capoverso 2 lettera b, 19 e 21;

Art. 28 cpv. 1

¹ Il DFI elabora strategie promozionali per singoli settori della promozione della cultura di cui agli articoli 9a, 10, 12, 15, 16 capoversi 1 e 2 lettera a, 17 e 18.

II

¹ La presente legge sottostà a referendum facoltativo.

² Il Consiglio federale ne determina l'entrata in vigore.

...

In nome del Consiglio federale svizzero:

Il presidente della Confederazione,
Didier Burkhalter
La cancelliera della Confederazione,
Corina Casanova