

ARTE E CULTURA

**PASSIONE PER GLI ITALIANI,
MA BARRIERE ECONOMICHE
E INFORMATIVE
FRENANO L'ACCESSO**

**LA VALORIZZAZIONE
DI ARTE E CULTURA
DEVE ESSERE UN IMPEGNO CONDIVISO
TRA STATO, ISTITUZIONI E AZIENDE**

82% 

**conferma interesse
per arte e cultura**


ma

57% 

**afferma che le barriere
di accesso sono troppe**

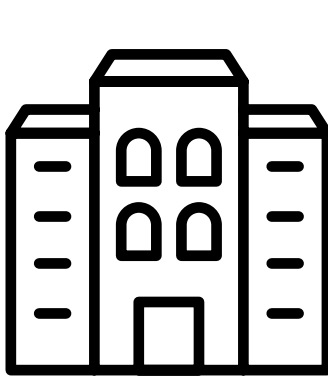
 **44%** costi elevati

 **34%** mancanza di offerte
a livello locale

 **35%** scarsità
di informazioni

56% 

**lo Stato e le Istituzioni
dovrebbero impegnarsi
maggiormente per favorire
l'accesso alla cultura**

41% 

**un ruolo importante
deve essere svolto dalle aziende,
opinione sostenuta soprattutto
dai giovani**

**RESPONSABILITÀ CULTURALE
D'IMPRESA**
**GLI ITALIANI VOGLIONO AZIENDE
PIÙ IMPEGNATE**

ARTE E CULTURA
**UNA LEVA STRATEGICA
PER CONSUMATORI
E TALENT ATTRACTION**

85%

**conferma che
la preservazione artistica
e culturale deve essere
una priorità per le aziende**

71%

**ritiene che
non sostengano
a sufficienza
il settore culturale**

87%

**crede che
dovrebbero fornire
maggiore sostegno
finanziario**

90%

**preferisce acquistare
prodotti di aziende che
investono nel sociale e
nella cultura**

89%

**è più attratto da
aziende culturalmente
impegnate
(employer branding)**

52%

**ritiene che le aziende
dovrebbero sostenere
giovani artisti
e la creatività locale
(valorizzazione dei territori)**