

Le difficoltà economiche limitano le possibilità di promozione culturale per i bambini

Per la promozione culturale dei propri figli i genitori svizzeri scelgono sempre più spesso offerte musicali. Tra queste, le lezioni con strumenti vanno per la maggiore. Per la maggior parte degli intervistati la promozione culturale delle giovani leve è importante. Tuttavia, i costi relativamente elevati impediscono in particolare ai genitori con redditi bassi di far frequentare ai propri figli attività di promozione in ambito culturale. Questo è quanto emerge da un sondaggio condotto da Swiss-fluencer.ch per conto di Generali Svizzera.

Dalla lezione di batteria direttamente al corso di danza: l'offerta di attività extrascolastiche per i bambini è pressoché illimitata. Ma com'è davvero la situazione relativa alla promozione culturale di ragazze e ragazzi? E in che misura incidono i costi relativamente alti ad esempio delle lezioni con strumenti musicali? Come mostra un sondaggio condotto da Swiss-fluencer.ch per conto di Generali Svizzera, i genitori intervistati conoscono molto bene il programma di promozione musicale. Più della metà, infatti, dichiara di conoscere in linea di massima le offerte disponibili in ambito musicale (51%). Una persona intervistata su tre ha sentito parlare delle proposte di promozione della danza (35%) e solo il 13% è a conoscenza di quelle disponibili in ambito cinematografico.

Promozione musicale: la più popolare ma anche la più costosa

La promozione musicale non è soltanto la più popolare ma anche la più gettonata tra gli intervistati. Il 44% dei genitori che conoscono le proposte in ambito musicale fa frequentare ai propri figli corsi e lezioni anche al di fuori della scuola. I costi per nucleo familiare con figli ammontano in media a circa 400 franchi al mese. Le lezioni con strumenti musicali sono quelle che vanno per la maggiore tra i bambini (60%). Seguono le offerte di educazione musicale per la prima infanzia dedicate ai bambini piccoli (32%) e la partecipazione a una band, a un ensemble o a un'orchestra (24%). Solo il 14% degli intervistati ha scelto per i propri figli proposte legate al canto. Tra le persone che hanno dimestichezza con attività di promozione della danza, il 42% afferma che i propri figli frequentano corsi o lezioni in questo ambito. Con una spesa di circa 140 franchi al mese, i costi mensili sono tuttavia nettamente inferiori rispetto alle offerte di promozione musicale.

La promozione culturale è importante per i genitori, che sono però scoraggiati dai costi

Per il 59% dei genitori intervistati la promozione culturale è importante, se non addirittura molto importante. Tuttavia, solo un terzo circa è soddisfatto della gamma di proposte culturali disponibili per i bambini. Emerge anche come i costi impediscano a molti genitori di far frequentare ai propri figli attività di promozione. Il 71%, infatti, concederebbe ai propri figli più opportunità di promozione se ci fossero offerte gratuite. Più della metà afferma di essere limitato da fattori finanziari nelle scelte relative alla promozione culturale (56%). A essere maggiormente colpiti sono i bambini di famiglie con un reddito mensile inferiore ai 6000 franchi lordi. In questo caso, il 78% degli intervistati si sente limitato nella promozione culturale dei propri figli da motivi economici. Per i nuclei familiari con un reddito elevato (più di 8000 franchi lordi al mese) sono molti di meno i genitori che dichiarano di dover limitare le spese destinate alle attività di promozione per i figli (45%).

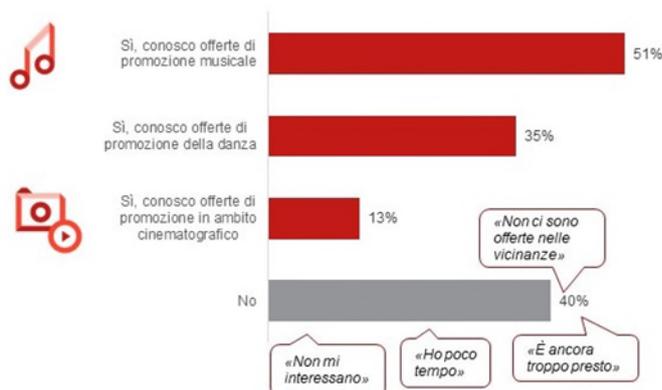
Programma gratuito di promozione musicale come fattore stimolante

Il programma di promozione musicale «Lion Kids by Generali and Swiss Music Awards» entra in gioco proprio dove vi sono lacune nella promozione culturale delle giovani leve. Mike Fuhrmann, Chief Marketing & Customers Officer di Generali Svizzera spiega: «*Constatore che non tutti i bambini hanno le stesse opportunità di promozione musicale ci ha spinti a dare vita a questo programma. In questo modo diamo ai ragazzi la possibilità di scoprire i propri talenti e di coltivarli in maniera creativa.*» Così, ogni estate 150 bambini di età compresa tra i 6 e i 12 anni partecipano a un tour di una giornata alla scoperta dell'universo musicale. Sotto la guida di una o un professionista, i partecipanti sperimentano gli strumenti, scrivono testi di canzoni, cantano e ballano. Divertimento e introduzione naturale al mondo della musica hanno la priorità. L'offerta è gratuita e i posti per i workshop organizzati in tutta la Svizzera vengono assegnati in modo casuale. Ogni anno, una mentore o un mentore accompagna il programma di promozione musicale. Questa volta la scelta è ricaduta sull'artista vallesana Stefanie Heinzmann, che insieme ai «Lion Kids» ha inciso una canzone che debutterà allo Zurich Film Festival di quest'anno. Tutti i proventi della canzone saranno devoluti alla fondazione «The Human Safety Net Switzerland», che li userà per sostenere i bambini socialmente svantaggiati e i centri familiari in Svizzera. I «Lion Kids» aiutano così altri bambini con la loro musica.

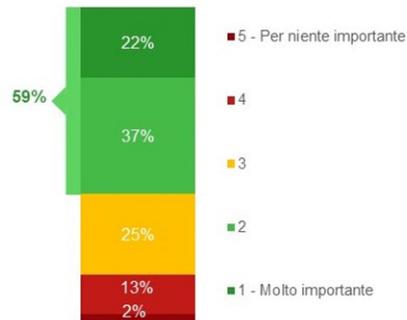
[Qui è possibile scaricare la canzone](#) «Our Time is Coming» interpretata dai «Lion Kids» e da Stefanie Heinzmann.

Il sondaggio rappresentativo della popolazione è stato condotto da Swiss-fluencer.ch per conto di Generali Svizzera tra il 23 e il 28 agosto 2022. Vi hanno partecipato 443 persone.

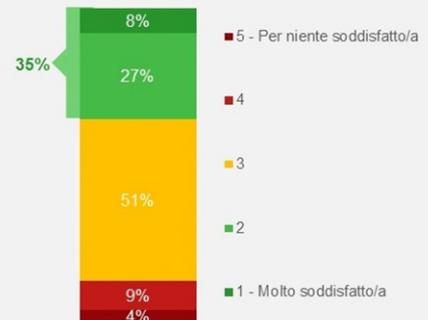
Livello di conoscenza delle offerte di promozione



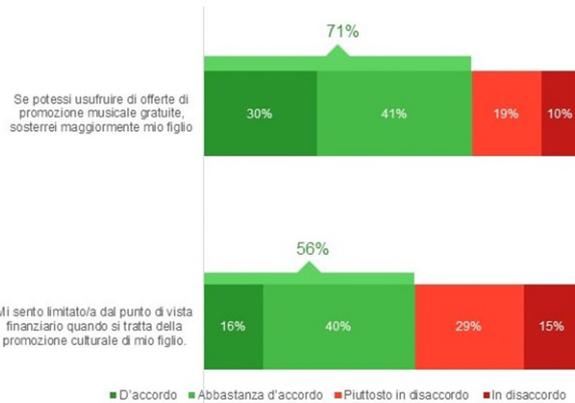
Importanza della promozione culturale



Soddisfazione rispetto alla gamma di offerte



Opinioni



Se potessi usufruire di offerte di promozione musicale gratuite, sosterrai maggiormente mio figlio

Reddito
% (abbastanza) d'accordo



Mi sento limitato/a dal punto di vista finanziario quando si tratta della promozione culturale di mio figlio

Reddito
% (abbastanza) d'accordo



A PROPOSITO DI GENERALI

Generali è un gruppo italiano indipendente con una forte presenza a livello internazionale. Fondata nel 1831, Generali è una delle compagnie di assicurazioni leader a livello mondiale. Generali è presente in 50 paesi, dà lavoro a circa 75 000 dipendenti e conta più di 67 milioni di clienti. Nel 2021 il fatturato complessivo del Gruppo è ammontato a oltre 75,8 miliardi di euro. Generali è pertanto leader di mercato nell'Europa occidentale. Ma sta guadagnando terreno anche nell'Europa orientale e centrale come pure in Asia.

In Svizzera le radici di Generali risalgono al 1887. Oggi Generali (Svizzera) Holding SA ha due sedi principali ad Adliswil e a Nyon e una vasta rete di agenzie in tutta la Svizzera. La compagnia ha più di un milione di clienti e propone prodotti per qualsiasi situazione della vita, tra cui assicurazioni di cose, di protezione giuridica e sulla vita, come pure soluzioni previdenziali. Generali sviluppa prodotti innovativi in collaborazione con startup. In qualità di prima assicurazione svizzera, l'azienda ha lanciato un pilastro 3a completamente digitale.

Generali (Svizzera) Holding SA

Una società del Gruppo Assicurativo Generali, iscritto all'Albo dei gruppi assicurativi italiani al numero 026.