

# La cultura che crea sviluppo

## 1. Scenario - Analisi di contesto

---

### **Governance e politiche culturali**

Le politiche culturali nazionali e territoriali sono da sempre poco coordinate e molto frammentate: questa frammentazione favorisce la dispersione della limitata spesa, la sovrapposizione di molti interventi, siano essi destinati alla realizzazione di infrastrutture o alla promozione di eventi, il proliferare di centri decisionali e di strutture "autonome" ma troppo spesso governate dalla politica e finanziate dall'amministrazione pubblica (solo a Roma si contano oltre 30 strutture pubbliche che realizzano mostre senza alcuna pianificazione strategica e condivisa). L'assenza oramai da molti anni di una "vision" strategica comune rischia di alimentare contrapposizioni e pregiudizi (tra pubblico e privato, tra profit e non profit, tra economia e cultura, tra tutela e valorizzazione, tra produzione giovanile e non) e sprecare molte opportunità, specialmente le richieste di partecipazione alla salvaguardia e allo sviluppo del bene comune cultura provenienti dai diversi attori della società. Questa situazione caotica è ulteriormente aggravata da un quadro legislativo parziale ed incompleto e da una burocrazia barocca, che agisce con tempi e procedure inadeguate rispetto alla crescita di domande e di iniziative. Tutto ciò delinea una situazione in cui l'assenza di azioni pubbliche di sistema genera ineguaglianze tra settori fortemente assistiti ed altri che stentano a svilupparsi nonostante le forti potenzialità che emergono da tutte le analisi. Ne fa i conti soprattutto la produzione culturale italiana che resta poco rappresentativa, specialmente quella degli artisti giovani che non riescono ad essere presenti e competitivi all'estero, subendo il dato negativo nel bilancio import/export.

### **Imprese e politiche industriali**

Né le politiche nazionali e regionali ordinarie, né la programmazione nazionale e regionale di spesa aggiuntiva finanziata con i Fondi Strutturali Europei, tengono in debito conto l'apporto dato delle ICC allo sviluppo economico e sociale. Conseguenza di questa scarsa attenzione è che anche il turismo culturale, pur costituendo una notevole fonte di sostentamento, non è governato e resta in gran parte sconnesso rispetto agli eventi e alle azioni di valorizzazione condotte.

D'altra parte, le ICC italiane, rappresentabili in un quadro molto frammentato, non riescono a produrre azioni trasversali che sostengano il valore della produzione culturale come strumento di Sviluppo ed Occupazione, di Innovazione ed Inclusione.

In particolare alle start-up culturali e tecnologiche sono dedicati cicli di finanziamenti statali, regionali (soprattutto Fondi Strutturali) o di Fondazioni, mentre sono nulli gli interventi che assicurino un contesto ambientale e di mercato atto a supportare la vita delle nuove imprese. Queste, quando non muoiono, si finanziano ancora prevalentemente con capitali propri non trovando facilmente altri canali di sostegno e dovendosi confrontare, in questo scenario frammentato, con l'inadeguatezza delle reti di distribuzione.

Il ricorso indiscriminato al crowdsourcing della progettazione creativa, anche da parte delle amministrazioni pubbliche, non fa che aggravare il de-finanziamento della creatività, che viene continuamente de-prezzata e retribuita solo alla fine di estenuanti percorsi competitivi. Allo stesso tempo, i meccanismi alternativi di finanziamento dell'arte e della cultura, come il crowdfunding, da una parte, sono di fatto impastoiati da una serie di complicazioni tipicamente italiane, e, dall'altra, sono abbandonati a se stessi e riflettono frammentazione e mancanza di visione strategica.

### **Formazione e Lavoro**

Anche dal confronto con gli altri paesi membri si registra in Italia una scarsa formazione superiore professionalizzante. Poche sono le opportunità di scambio, confronto e cooperazione tra soggetti. Non esiste una filiera efficace tra il mondo dell'educazione, della formazione, soprattutto universitaria, e le imprese culturali.

Il mondo del lavoro è poi in una fase di trasformazione sia legislativa che pratica, in cui si avverte la necessità di coniugare flessibilità e diritti; in cui si attua un intenso sfruttamento del lavoro intellettuale a fronte di poche tutele e in cui il volontariato, così tanto importante, spesso significa sfruttamento e sostituzione.

## 2. Analisi dei bisogni e individuazione degli obiettivi

---

### **Una visione strategica e una progettazione integrata partecipata e multisetoriale**

Sarebbe opportuno che la Pubblica Amministrazione avesse il coraggio di dare alle politiche culturali obiettivi chiari e misurabili, diventando regista e facilitatore di processi e mettendo a disposizione strumenti e procedure che favoriscano il dialogo tra la società e i vari comparti dell'amministrazione e la sinergia tra i diversi settori imprenditoriali, affinché sia possibile progettare interventi trasversali coinvolgendo altri soggetti attivi della cittadinanza

### **Una ridefinizione di luoghi e di nuovi modelli di economia sostenibile**

C'è bisogno di spazi da condividere, che riempiano il vuoto tra i grandi poli e che siano dedicati alla creatività e alle reti collaborative, che riescano ad arricchire il tessuto sociale ed assumano anche rilevanza economica nell'ambito di uno sviluppo sostenibile. In questo ambito, soprattutto le operazioni di riqualificazione volte a far rivivere edifici pubblici o privati e aree dismesse necessitano di una strumentazione amministrativa nuova e di una rete di sostegno che veda impegnati tutti gli attori del territorio, a tutela soprattutto delle start-up che sono i soggetti, maggiormente coinvolti in questo genere di operazioni, ma anche più deboli.

### **Formazione e Lavoro**

Anche la formazione ha bisogno di spazi di interazione per sviluppare la filiera che metta in contatto tra loro i mondi che la sottendono: educazione, formazione, istituzioni e imprese culturali. Questa filiera, grazie anche al coinvolgimento delle associazioni di categoria, dovrebbe garantire la tutela delle diverse figure professionali dell'universo creativo, un miglior accesso al mercato di prodotti degli "artigiani della cultura" ad oggi invisibili, il migliore sfruttamento delle potenzialità del digitale per la promozione e la diffusione, nonché una piattaforma di collaborazione "non concorrenziale" con il mondo del volontariato.

## 3. Strategie e azioni da mettere in atto

---

In sintesi, queste sono le strategie proposte nei vari ambiti:

- **Nuovi modelli di governance del patrimonio culturale materiale e intangibile**  
Il modello per singole istituzioni si è rivelato inefficace e costoso ed è quindi da superare a favore di una *governance* a sistema e aperta, intersetoriale, partecipata e dotata di una cabina di regia con servizi centralizzati e competenze specialistiche di altissimo valore
- **Azioni di sistema per una progettazione integrata e partecipata**  
Nell'ambito di una vision strategica costruita sulla base di una mappa delle necessità in base alle specializzazioni territoriali e di una mappa degli attori presenti sui diversi temi e articolata per ruoli, una piattaforma aperta di collaborazione e co-progettazione, con la concertazione tra gli attori del sistema. Per questo sarebbe utile la creazione di uno strumento di gestione condiviso (una piattaforma), nel quale gli operatori possano inserire le loro azioni sul territorio in modo open sia per disegnare la mappa delle necessità, sia per la messa a sistema degli interventi e per la creazione di imprese partecipate (ecosistema digitale)
- **Politiche di rigenerazione urbana**  
Come punto di partenza per sostenere percorsi di trasformazione, per consolidare modelli organizzativi esistenti, ma con la consapevolezza che questo processo di rigenerazione sia il frutto di scelte politiche portatrici di un rinnovato rapporto tra istituzioni e ambito privato, associazionismo e cittadinanza
- **Innovazione e sostenibilità**  
La messa in atto di una co-progettazione di modelli d'impresa sostenibile supportati da reti cooperative che integrano le competenze e mettono in comune canali di promozione e diffusione delle iniziative, prevedendo una premialità rivolta alle start-up accompagnate da imprese tutor
- **Formazione e Lavoro**  
Interazione tra mondi della formazione e mercato del lavoro; formazione su processi di co-progettazione; disseminazione degli strumenti digitali disponibili che mettano in comunicazione i prodotti culturali (di qualsiasi forma) con il pubblico; educazione civica e politica
- **Cooperazione di comunità e altre forme di impresa partecipata**

#### 4. Fonti

---

- AA.VV. (2013), "Le imprese culturali e creative: definizioni ed esperienze" in *Economia della Cultura Anno XXIII, 2013 / n. 2*
- Albanese, M.M. (2016), "Il fenomeno delle start-up nel settore culturale" in *Tafter Journal*, <http://www.tafterjournal.it/2013/11/05/il-fenomeno-delle-start-up-nel-settore-culturale/>
- Barni, G. (2015), "Cultura e responsabilità sociale d'impresa" in *Cultura identità e innovazione, la sfida per il futuro*, 11° Rapporto annuale Federculture
- Bologna, S. e Banfi, D. (2010), *Vita da freelance. I lavoratori della conoscenza e il loro futuro*, Feltrinelli editore
- Bertacchini, E. e Pazzola, G. (a cura di) (2015), *Torino Creativa - I Centri Indipendenti di Produzione Culturale sul territorio torinese*, ed. GAI
- Campagnoli, G. (2014), *Riusiamo l'Italia. Da spazi vuoti a start-up culturali e sociali*, IlSole24 ore
- Conferenza Internazionale, *Patrimonio culturale come bene comune. Verso una governance partecipativa del patrimonio culturale nel terzo millennio*, Venaria Reale, Torino, 23-24 Settembre 2014, [http://www.symbola.net/assets/files/Conferenza\\_Patrimonio\\_culturale\\_come\\_bene\\_comune,\\_Torino,\\_23-24.09.2014\\_1411390195.pdf](http://www.symbola.net/assets/files/Conferenza_Patrimonio_culturale_come_bene_comune,_Torino,_23-24.09.2014_1411390195.pdf)
- Confindustria Cultura Italia (2015), *Audizione nell'ambito dell'indagine conoscitiva sulla fiscalità nell'economia digitale*, Commissione Finanze della Camera dei Deputati, Roma 15 Gennaio 2015, [http://www.confindustriaculturaitalia.it/index.php?option=com\\_wrapper&view=wrapper&Itemid=37](http://www.confindustriaculturaitalia.it/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=37)
- Costa, S. (2015), "Potenziare l'alta formazione" intervista in *Tuttoscuola* n. 559, <http://img.musvc2.net/static/59850/documenti/1/ListDocuments/Sivia%20Costa%20febbraio%202016.pdf>
- CREATIVITAS (2013), *Nuove competenze e fabbisogni formativi per il management di imprese culturali e industrie creative*, <https://creativitas.wordpress.com/2013/10/11/nuove-competenze-e-fabbisogni-formativi-per-il-management-di-imprese-culturali-e-industrie-creative/>
- Donato, F. (2013), *La Crisi Sprecata Per una riforma dei modelli di governance e di management del patrimonio culturale italiano*, Aracne editore, Roma
- European Commission - Directorate General for Education and Culture (2016), *Towards more efficient financial ecosystems. Innovative instruments to facilitate access to finance for the cultural and creative sectors (CCS) open method of coordination (OMC) working group of EU member states' experts on cultural and creative sectors: good practice report*, <http://bookshop.europa.eu/en/towards-more-efficient-financial-ecosystems-pbNC0416092/?CatalogCategoryID=ANIKABstUgUAAAEjCJEY4e5L>
- Gai (2015), *REMIXING CITIES N.1 - Rigenerazione urbana e Centri indipendenti di produzione culturale*, [http://www.fondazioneforum.it/wp-content/uploads/2015/11/Ebook-GAI-DEF\\_17NOV1.pdf](http://www.fondazioneforum.it/wp-content/uploads/2015/11/Ebook-GAI-DEF_17NOV1.pdf)
- GESAC & EY (2014), *Creating growth. Measuring cultural and creative markets in the EU*, [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Measuring\\_cultural\\_and\\_creative\\_markets\\_in\\_the\\_EU/%24FILE/Creating-Growth.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU/%24FILE/Creating-Growth.pdf)
- Giambrone, F. (2013), *Politiche per la cultura in Europa, modelli a confronto*, Franco Angeli, Milano
- Osservatorio Nazionale Cultura e Turismo: Impresa e Lavoro (2015), *SL&A Turismo e territorio*, 2° Edizione, [http://www.ebnt.it/documenti/osservatori/Dati\\_Osservatorio\\_H\\_II\\_Edizione\\_2015.pdf](http://www.ebnt.it/documenti/osservatori/Dati_Osservatorio_H_II_Edizione_2015.pdf)
- Regione Emilia-Romagna-Assessorato alla Cultura, ERVET (2012), *Cultura e Creatività, ricchezza per l'Emilia-Romagna*, [http://cultura.legacoop.coop/wp-content/uploads/2014/05/Rapporto\\_Cultura-Creativita\\_19apr2012.pdf](http://cultura.legacoop.coop/wp-content/uploads/2014/05/Rapporto_Cultura-Creativita_19apr2012.pdf)
- Struttura di Missione per il rilancio dell'immagine dell'Italia (2013), *Libro bianco sul Turismo per tutti in Italia*, <http://www.ghnet.it/il-libro-bianco-dell%E2%80%99italia-turistica-i-problemi-e-i-rimedi-del-turismo-italiano-da-un-ottica-diversa/>
- Unindustria/CAMCOM Roma/Digilab (2012), *L'impatto economico dell'industria audiovisiva in Italia*, [http://www.un-industria.it/Public/Doc/impatto%20economico%20audiovisivo\\_ricerca.pdf](http://www.un-industria.it/Public/Doc/impatto%20economico%20audiovisivo_ricerca.pdf)
- van Balen, K. e Vansedande, A. (a cura di) (2015), *Community Involvement in Heritage*, Garant Publishers