

ACTORS *Italia*

ATTRATTORI CULTURALI PER IL TURISMO E L'OCCUPAZIONE NELLE REGIONI DEL SUD *ITALIA*

PAPER 1

Dall'“industria culturale” alle
“industrie culturali e creative”:
Una rassegna storica e concettuale

PAPER 2

Quali confini per il settore
delle ICC? Lo stato dell'arte
della modellistica a livello
internazionale e in Italia

Dicembre 2015

I contenuti dei Working Papers OCSE non devono essere considerati rappresentanti le posizioni ufficiali dell'OCSE e dei suoi paesi membri. I pareri espressi e gli argomenti utilizzati sono da attribuirsi ai soli autori.

I Working Papers contengono risultati preliminari o di una ricerca in corso da parte dell'autore (i) e sono pubblicati per stimolare più ampie discussioni sui temi OCSE.

Questo documento e qualsiasi mappa ivi contenuta non pregiudicano lo status o la sovranità dei territorio, la delimitazione delle frontiere e dei confini internazionali, e la denominazione di qualsiasi territorio, città o area.

Illustrazione di copertina: © Tarchyshnik Andrei

© OCSE 2015

E' consentito riprodurre, scaricare o stampare i contenuti OCSE per uso personale e inserire estratti delle pubblicazioni, dei database e dei prodotti multimediali dell'OCSE nei propri documenti, presentazioni, blog, siti web e materiali didattici, a condizione di indicare adeguatamente l'OCSE come fonte dei dati e detentore del relativo copyright. Per l'utilizzo commerciale e i diritti di traduzione, presentare richiesta a rights@oecd.org.

L'OCSE

L'OCSE è un'organizzazione inter-governativa e multi-disciplinare composta da 34 Paesi membri con la missione di facilitare la cooperazione fra i governi per definire politiche socio-economiche condivise e migliori e rendere l'economia globale più etica, il mercato più trasparente e lo sviluppo più sostenibile ed equo. Attraverso il suo network di oltre 250 Comitati specializzati e gruppi di lavoro, l'OCSE fornisce una piattaforma dove i Paesi possono comparare esperienze, cercare risposte a problemi comuni, identificare e suggerire buone prassi e coordinare politiche nazionali e internazionali.

I Paesi membri dell'OCSE sono: Australia, Austria, Belgio, Canada, Cile, Corea, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Giappone, Grecia, Irlanda, Islanda, Israele, Italia, Lussemburgo, Messico, Norvegia, Nuova Zelanda, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Repubblica Ceca, Repubblica Slovacca, Slovenia, Spagna, Stati Uniti, Svezia, Svizzera, Turchia e Ungheria. Ai lavori dell'OCSE partecipa la Commissione Europea.

IL PROGRAMMA LEED DELL'OCSE

Il Programma LEED dell'OCSE (*LEED - Local Economic and Employment Development / Sviluppo economico e dell'occupazione a livello locale*) aiuta dal 1982 i governi e le comunità a rispondere ai mutamenti economici e affrontare problemi complessi in un mondo in rapida evoluzione. La sua missione è contribuire alla creazione di un numero maggiore di posti di lavoro e di miglior qualità, attraverso una più efficace attuazione di politiche e di pratiche innovative, lo sviluppo di competenze e l'attuazione di strategie integrate a livello locale. Il Programma LEED sviluppa analisi comparative delle esperienze provenienti dai cinque continenti attinenti alla promozione della crescita economica, all'occupazione e all'inclusione economica e sociale.

IL CENTRO OCSE LEED DI TRENTO PER LO SVILUPPO LOCALE

Il Centro OCSE LEED di Trento per lo Sviluppo Locale è stato istituito nel 2003 dall'OCSE, in cooperazione con il Governo italiano e la Provincia Autonoma di Trento. Il Centro è parte integrante dell'OCSE (Programma LEED). La missione del Centro di Trento è sviluppare capacità per lo sviluppo locale nei paesi membri e non-membri dell'OCSE. Gli obiettivi del Centro di Trento sono: (i) migliorare la qualità delle politiche pubbliche locali attraverso monitoraggi e valutazioni costanti delle pratiche utilizzate, utilizzando risultati di ricerca e studi comparati nell'elaborazione di raccomandazioni politiche e piani d'azioni; (ii) sviluppare capacità nella progettazione, attuazione e valutazione delle strategie di sviluppo economico e occupazionale locale per stimolare la crescita delle economie locali nei paesi membri e non-membri dell'OCSE; (iii) promuovere globalmente lo sviluppo economico e occupazionale locale; e (iv) rafforzare le relazioni tra decisori politici, professionisti dello sviluppo locale e comunità scientifica e facilitare il trasferimento di conoscenza e lo scambio di esperienze tra le economie dei paesi membri e non-membri dell'OCSE. Per maggiori informazioni www.trento.oecd.org.

RINGRAZIAMENTI

Questo studio è stato effettuato dal Centro OCSE per lo Sviluppo Locale di Trento, che è parte del Programma LEED dell'OCSE, su incarico del Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo (MiBACT). Lo studio è parte di un progetto più ampio tra OCSE e MiBACT, denominato ACTORS (Attrattori Culturali per il Turismo nelle Regioni del Sud Italia), che il Segretariato e, in particolare il servizio II, hanno sviluppato a beneficio delle Regioni del sud Italia.

Questo rapporto è stato preparato da Marco Boffo e da Roberto Chizzali (OCSE), sotto la supervisione di Andrea Billi e Alessandra Proto (OCSE).

INDICE

L'OCSE.....	3
IL PROGRAMMA LEED DELL'OCSE	3
IL CENTRO OCSE LEED DI TRENTO PER LO SVILUPPO LOCALE	3
RINGRAZIAMENTI	4
LISTA DELLE ABBREVIAZIONI E DEGLI ACRONIMI	6
DALL'“INDUSTRIA CULTURALE” ALLE “INDUSTRIE CULTURALI E CREATIVE”: UNA RASSEGNA STORICA E CONCETTUALE.....	7
Dall'“industria culturale” alle “industrie culturali”	7
Politiche culturali, cambiamenti strutturali delle economie sviluppate, e mutamenti di <i>governance</i> a livello locale e internazionale	8
Riconfigurazione dello sviluppo locale, post-Fordismo e creatività	10
Una proposta per reimpostare il dibattito in un'ottica di sviluppo locale.....	15
QUALI CONFINI PER IL SETTORE DELLE ICC? LO STATO DELL'ARTE DELLA MODELLISTICA A LIVELLO INTERNAZIONALE E IN ITALIA	19
Alla ricerca di criteri definitivi per perimetrare il settore delle ICC	19
Verso una definizione operativa e condivisa?.....	21
Una panoramica sui principali modelli internazionali e nazionali.....	22
Il primo modello britannico della Creative Industries Task Force del Department of Culture, Media and Sport (1998, 2001).....	22
Approccio Eurostat Leadership Group (LEG) Culture (1997-2000)	23
European Statistical System Network on Culture – ESSnet-Culture (2009-2012)	24
Libro bianco sulla creatività (2009)	27
Fondazione Symbola (2013)	28
Il modello dei cerchi concentrici di Throsby (2001).....	29
Il modello della KEA Consulting (2006)	31
Il modello della Work Foundation (2007).....	33
Il modello NESTA (2006).....	34
Il modello dei Symbolic Texts (2002, 2007, 2013).....	36
Il modello della World Intellectual Property Organization (2003)	38
Il modello UNESCO (1986, 2009).....	39
Il modello UNCTAD (2010)	42
Il modello di Americans for the Arts (2005).....	44
Il modello di Valentino per Civita (2012)	45
RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI	50

LISTA DELLE ABBREVIAZIONI E DEGLI ACRONIMI

ASIA – Archivio Statistico delle Imprese Attive

BES – Benessere equo e sostenibile

CNEL – Consiglio nazionale dell’economia e del lavoro

CITF – Creative Industries Task Force

DCMS – Department of Culture, Media and Sport

ESSnet-Culture – European Statistical System Network on Culture

EU – European Union

ICC – Industrie Culturali e Creative

ICT – Information and Communication Technology

ISTAT – Istituto nazionale di statistica

LEG-Culture – Eurostat Leadership Group on Culture

NESTA – National Endowment for Science, Technology and the Arts

R&S – Ricerca e Sviluppo

UE – Unione Europea

UNCTAD – United Nations Conference on Trade and Development

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation

WIPO – World Intellectual Property Organization

DALL'“INDUSTRIA CULTURALE” ALLE “INDUSTRIE CULTURALI E CREATIVE”: UNA RASSEGNA STORICA E CONCETTUALE

Le industrie culturali e creative sono all'ordine del giorno. Oggetto di ampio dibattito accademico a livello nazionale ed internazionale, esse hanno catturato l'attenzione di singoli governi nazionali e delle organizzazioni internazionali (si veda, ad esempio: United Nations, 2009, 2010, 2013), sino a diventare oggetto di un programma quadro europeo (Europa Creativa) che prevede lo stanziamento di 1,46 miliardi di euro nel periodo 2014-2020 (<http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/>). Eppure, sebbene in apparenza facilmente comprensibile, la locuzione “industrie culturali e creative” (ICC) nasconde una pluralità di significati e definizioni, sia a livello concettuale che con riferimento alla concreta individuazione di uno o più settori di attività economica. È dunque concreto il rischio che molte di queste definizioni, per quanto evocative, possano avere scarsa rilevanza analitica ai fini della condotta e dell'efficacia delle politiche pubbliche, soprattutto se valutate dal punto di vista di una concezione integrata dello sviluppo locale. Pertanto, è opportuno passare in rassegna in chiave storico-evolutiva i diversi significati che di volta in volta sono stati attribuiti alle varie componenti della locuzione ICC, tenendo conto dei diversi orizzonti teorico-disciplinari, pratici e istituzionali dai quali tali significati emergono e nei quali si iscrivono.

Dall'“industria culturale” alle “industrie culturali”

La prima trattazione organica dell'industria culturale, ancora declinata al singolare e non ancora associata alle industrie creative, risale al dibattito Theodor Adorno e Max Horkheimer, da un lato, e Walter Benjamin, dall'altro (Voirol, 2011). Quest'ultimo, nel 1936, scrive il saggio *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica* (Benjamin, 2014), dove teorizza come le nuove tecniche di produzione, riproduzione e diffusione delle opere d'arte stabilizzatesi all'inizio del ventesimo secolo modificchino gli atteggiamenti del pubblico e degli artisti verso la produzione artistica. Benjamin propone una lettura positiva di questi processi, legata alla “de-sacralizzazione” e alla conseguente democratizzazione dell'arte nella società di massa. La lettura di Adorno e Horkheimer (2010) è invece di segno contrario. Distinguendo quei beni e servizi culturali prodotti con metodi “tradizionali” o pre-industriali (come libri e dischi) da quelli il cui processo produttivo è di tipo industriale (come quotidiani, film e programmi televisivi) (Galloway, Dunlop, 2007; Valentino, 2013a), Adorno e Horkheimer coniano l'espressione “industria culturale” (*Kulturindustrie*) in chiave critica e provocatoria (O'Connor, 2010, 2011; Voirol, 2011). Così facendo, essi intendono denunciare sia l'estensione del paradigma e dei metodi di produzione fordisti al campo artistico e culturale (con presunti effetti in termini di degradazione qualitativa dei prodotti e dell'offerta culturale nella società di massa), che un presunto nuovo ruolo della cultura ai fini della mobilitazione e dell'organizzazione del consenso politico (Adorno, 1991; Horkheimer, Adorno, 2010) – in breve, l'integrazione della cultura all'interno della logica del “capitalismo monopolista” (O'Connor, 2010, 2011; Voirol, 2011).

È però proprio in diretta reazione alle semplificazioni e al pessimismo di Horkheimer e Adorno che l'enfasi sull'industria culturale cederà il passo a quella sulle industrie culturali. Questo passaggio fondamentale, che sarà ricco di ricadute per la riflessione e la discussione successive, avviene per opera

dei contributi di un gruppo di sociologi francesi (Huet et al., 1978) capeggiati da Bernard Miège (1979, 1987, 1989), sociologo di professione con formazione da economista. Grazie ai contributi di questi studiosi, si afferma l'idea che le interazioni tra economia e cultura sono inevitabilmente un fenomeno articolato, complesso e ambivalente (Hesmondhalgh, 2013). Infatti, per Miège e chi con lui intende fondare un'economia politica della cultura (Garnham, 2011; Hesmondhalgh, 2013; Miège, 2004), una più ampia comprensione delle varie sfaccettature di tale interazione implica necessariamente indagare con un maggior grado di specificità i diversi tipi di prodotti culturali. Aprendo la “scatola nera” dell'industria culturale a cavallo tra gli anni '70 e '80, Miège rinveniva tre logiche distinte riguardanti tipi distinti di beni culturali. Una prima distinzione riguardava quei beni nei quali un contenuto culturale era affidato ad un supporto fisico (libri, dischi, etc.). Una seconda distinzione riguardava il settore radiofonico e televisivo, dominati dall'accesso gratuito per i consumatori, la realizzazione di guadagni tramite la vendita di spazi pubblicitari ad inserzionisti paganti, e un forte peso del settore pubblico in termini di sovvenzioni (il settore dei quotidiani di informazione manteneva una posizione ibrida rispetto a queste due tipologie di beni culturali, combinando la vendita delle singole copie ai lettori con la fonte della maggior parte dei guadagni nelle inserzioni pubblicitarie). Una terza distinzione riguardava invece quei beni culturali il cui contenuto era veicolato da esibizioni o spettacoli pubblici (come nel caso del teatro, dei concerti e del cinema), e per i quali la realizzazione dei guadagni dipendeva dal garantire l'accesso all'esibizione a spettatori paganti. Ognuna di queste categorie presupponeva diverse modalità di realizzazione dei guadagni, diverse modalità di gestione della domanda e della forza lavoro, così come diversi livelli di immobilizzazione di capitale, diverse modalità di accesso al credito e diverse tipologie di modelli organizzativi. Si trattava pertanto di modelli imprenditoriali e aziendali attinenti a logiche, realtà e dinamiche differenti, e raggrupparli sotto l'etichetta dell'“industria culturale” di Horkheimer e Adorno appariva chiaramente riduttivo e analiticamente controproducente (O'Connor, 2010, 2011).

Politiche culturali, cambiamenti strutturali delle economie sviluppate, e mutamenti di *governance* a livello locale e internazionale

Queste prime riflessioni sulle industrie culturali determinano un vero e proprio slittamento semantico, concettuale e prospettico, aprendo la strada ad una riflessione più saldamente ancorata alla comprensione empirica delle diverse industrie culturali, della complessità delle loro dinamiche interne, e della loro interazione con il contesto economico-sociale. Quest'ultimo, in particolare, viene interamente stravolto tra gli anni '70 e '80 da una serie di cambiamenti strutturali che modificano profondamente le economie sviluppate nel loro complesso. Tra questi vanno annoverati i seguenti: a) la crisi di profittabilità degli anni '70 e la successiva riduzione dei tassi di crescita (Harvey, 1990); b) la conseguente redistribuzione delle responsabilità economiche e sociali tra settore pubblico e settore privato dagli anni '70 in poi (Hesmondhalgh, 2013); c) l'aumento (reale o percepito) del peso del settore terziario a scapito del settore primario e secondario (Hesmondhalgh, 2013); d) il declino dell'impresa integrata *à la* Chandler (1977, 1990) e l'ascesa dell'impresa a rete (Lamoreaux et al., 2003; Langlois, 2003); d) l'affermarsi di strategie aziendali esclusivamente orientate alla massimizzazione del valore azionario, con il conseguente abbandono di modelli aziendali orientati al trattenimento e al reinvestimento delle risorse finanziarie (*retain and reinvest*) a favore di modelli orientati al ridimensionamento aziendale e alla distribuzione dei profitti sotto forma di dividendi agli azionisti (*downsize and distribute*) (Lazonick, O'Sullivan, 2000); infine, e) l'ascesa di modalità organizzative della produzione improntate alla continua ricerca di una maggior flessibilità del processo produttivo e della forza lavoro, assieme alla conseguente riorganizzazione del mercato del lavoro e delle modalità contrattuali ivi vigenti (Harvey, 1990; Sennett, 1999).

Tali cambiamenti strutturali hanno interessato in vari modi l'economia nel suo complesso e, sul versante dei prodotti culturali, molti di essi hanno trovato degna rappresentazione – per esempio – in film come *Wall Street* (1987). Sul versante discorsivo e accademico, essi sono stati accompagnati dall'affermarsi dei dibattiti sul post-industriale, sul post-Fordismo, sulla società dell'informazione e

sull'economia della conoscenza (Hesmondhalgh, 2013), mentre sul versante delle relazioni sociali essi sono stati accompagnati dal crescente primato dell'interesse degli azionisti (*shareholders*) su quello degli altri portatori d'interesse (*stakeholders*) dell'azienda (Lazonick, O'Sullivan, 2000). È però importante rilevare come la comprensione di tali mutamenti strutturali sia ritenuta decisiva per inquadrare e comprendere i cambiamenti nelle industrie culturali intervenuti dagli anni '70 a oggi – soprattutto per dare adeguatamente conto della complessa interazione tra fenomeni economici e politici, da un lato, così come tra fenomeni sociali, fenomeni culturali e processi istituzionali, dall'altro (Hesmondhalgh, 2013). Non è pertanto casuale se vari studiosi hanno interpretato l'insieme di cambiamenti strutturali elencati sopra come la base materiale del postmodernismo, inteso sia come fenomeno culturale, artistico ed estetico che come orizzonte valoriale socialmente condiviso (in particolare Harvey, 1990 in polemica con Lyotard, 1979, ma si vedano anche – per esempio – Sennett, 1999 o i lavori di Anthony Giddens, Ulrich Beck e Zygmunt Bauman sulla “modernità liquida”).

Parallelamente ai cambiamenti strutturali appena elencati, le riflessioni di Miège e dei fautori dell'economia politica della cultura faranno da volano all'ingresso della locuzione “industrie culturali” (e del relativo dibattito) nel linguaggio corrente dei responsabili delle politiche pubbliche a partire dagli anni '80 (O'Connor, 2010, 2011). È da questo decennio che – a vari livelli amministrativi – i decisori delle politiche pubbliche cominciano ad interessarsi in maniera organica alle industrie culturali. A livello subnazionale, l'avvio di politiche pubbliche aventi come oggetto il settore culturale trova un fortissimo stimolo in due fattori: dall'alto, l'avvio di processi e di politiche volti alla decentralizzazione del potere amministrativo verso i livelli regionale e locale; dal basso, la nascita di nuove soggettività sociali, portatrici di nuove istanze culturali in risposta ai mutamenti strutturali di cui sopra e alla diminuzione dei costi (e alla conseguente democratizzazione) dei “mezzi di produzione” culturale (materiale di registrazione audio-visivo, fotocopiatrici, attrezzatura fotografica, etc.) (Hesmondhalgh, 2013; O'Connor, 2010). In questo frangente (e in questa prima fase), le politiche pubbliche a livello locale si pongono come obiettivo la rigenerazione urbana con un duplice fine: rilanciare e riconvertire specifiche economie locali diversificandone la capacità produttiva, e aumentare il grado di coesione sociale di comunità e territori devastati dalla deindustrializzazione e dalla disoccupazione di massa conseguenti ai mutamenti strutturali sopra elencati (Bianchini, Parkinson, 1993). Le politiche e le attività del *Greater London Council* nel periodo 1979-1986 sono ampiamente riconosciute come il primo esempio di politiche pubbliche locali orientate in tal senso (si vedano: Bianchini, Parkinson, 1993; Garnham, 1990; Hesmondhalgh, 2013; O'Connor, 2010, 2011).

A livello nazionale e internazionale, invece, i primi dibattiti degli anni '80 sulle industrie culturali sono mossi da ben altre cause e preoccupazioni. Il quadro internazionale di quegli anni era segnato dalla costante pressione, proveniente dagli Stati Uniti sin dagli anni '70, affinché si allargasse la deregolamentazione del commercio internazionale ai beni culturali nell'ambito delle consultazioni del *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT). Per contro, tali pressioni generavano nelle controparti (e soprattutto in Francia) apprensione per la specificità nazionale della produzione culturale, insieme alla convinzione che le industrie culturali andassero tutelate dalle tendenze omogeneizzanti del mercato nell'ambito di una più ampia politica culturale nazionale (O'Connor, 2010). Queste preoccupazioni trovavano un'esposizione canonica nel contributo di Augustin Girard (1982) – direttore di ricerca presso l'allora Ministero degli Affari Culturali francese (Pflieger, 2010) – al primo documento dedicato da un'istituzione internazionale alla dimensione economica della cultura, al suo impatto sullo sviluppo economico e alla distribuzione diseguale delle risorse culturali tra Nord e Sud del mondo (Hesmondhalgh, Pratt, 2005; UNESCO, 1982). In estrema sintesi, l'argomentazione di Girard partiva dalla tripla constatazione che la maggior parte della produzione culturale nazionale avveniva allora al di fuori del perimetro delle sovvenzioni statali, che la domanda per tale produzione culturale non sovvenzionata era in crescita a tutti i livelli sociali, e che il settore delle arti performative in particolare era strutturalmente incapace di soddisfare tale domanda (basando quest'ultima considerazione sul lavoro

di Baumol e Bowen, 1965, 1966).¹ Pertanto, secondo Girard, la conclusione che s'imponeva logicamente era che abbandonare il settore culturale commerciale (i.e. non sovvenzionato) al proprio destino era un atteggiamento irresponsabile ed elitista, e che un impegno pubblico a favore delle industrie culturali fosse da considerarsi come la base di una politica democratica e inclusiva, volta a garantire il più ampio accesso alla cultura insieme alla difesa delle specificità culturali nazionali (Girard, 1982). In Francia quest'orientamento si è poi tradotto in una politica duratura di difesa dell'eccezione culturale imperniata sul settore audio-visivo – musica, radio, cinema e televisione – con tanto di finanziamenti alla produzione nazionale e limiti alle quote di mercato della produzione culturale estera. In seguito, le clausole di eccezione culturale applicate o reclamate da vari paesi sono state accolte a livello internazionale in sede UNESCO, sotto l'egida della diversità culturale. È dunque possibile rinvenire ‘una linea diretta tra le prime analisi delle industrie culturali dell'UNESCO e i dibattiti contemporanei sulla nozione di “diritti culturali” e la protezione della diversità culturale (UNESCO, 1982, 2005)’ (Galloway, Dunlop, 2007, p.25). Ciò nonostante, il dibattito internazionale non si è mai veramente spento, e la tensione tra gli obiettivi prettamente artistici e gli obiettivi prettamente economici delle politiche culturali rimane tuttora viva a livello internazionale (Hesmondhalgh, Pratt, 2005). Peraltro, i timori degli anni '80 riaffiorano nel dibattito corrente sul Partenariato transatlantico per il commercio e gli investimenti (*Transatlantic Trade and Investment Partnership* – TTIP).²

Riconfigurazione dello sviluppo locale, post-Fordismo e creatività

Prima di spiegare come la dimensione della creatività sia venuta a complementare la locuzione “industrie culturali”, è necessario soffermarsi su come il recepimento dell'interesse verso le stesse da parte dei decisori delle politiche pubbliche a livello locale negli anni '80 abbia progressivamente comportato un nuovo slittamento di significato dell'espressione e nel suo uso. Questo slittamento semantico, spostando l'orientamento delle politiche e l'enfasi dagli iniziali obiettivi di carattere sociale (si veda sopra) verso dimensioni ed obiettivi più prettamente economici, avrebbe in seguito favorito l'aggiunta della creatività alla locuzione “industrie culturali” e portato alla nascita del dibattito sulle ICC così come correntemente inteso. L'origine di tale mutamento di prospettiva è comunemente ricondotta, in larga parte, ad un contesto profondamente segnato dalle difficoltà pratiche riscontrate da amministrazioni locali strette tra programmi politici e di spesa sempre più ambiziosi (relativi agli obiettivi sociali di cui sopra) e il progressivo prosciugarsi dei flussi di risorse finanziarie provenienti dalle amministrazioni centrali (O'Connor, 2010). Tale situazione si presentava in forma particolarmente drammatica nell'Inghilterra degli anni '80. Qui il governo conservatore di Margaret Thatcher limitava drasticamente

¹ Secondo Baumol e Bowen, il costo unitario del lavoro aumenterebbe in maniera maggiore nei settori a più bassa crescita di produttività rispetto a quelli caratterizzati da una più alta crescita di produttività – fenomeno noto come “Effetto di Baumol” (*Baumol's cost disease*). Ciò contravverrebbe a quanto postulato dalla teoria economica neoclassica dell'equilibrio economico generale, per cui la remunerazione dei fattori di produzione dipenderebbe esclusivamente dalla loro produttività marginale (Baumol, Bowen, 1965, 1966). Tale differenziale di produttività è stato spesso interpretato come una ragione a favore delle sovvenzioni pubbliche ai settori a bassa produttività (come – almeno in parte – nell'argomentazione di Girard qui esposta). Per quanti invece ritengono fondato l'intervento pubblico in economica esclusivamente nel caso di fallimenti del mercato, tale interpretazione dell'Effetto di Baumol andrebbe respinta (Heilbrun, 2011). E' utile rilevare che un'interpretazione dell'arte come bene pubblico e, pertanto, dei mercati culturali come endemicamente affetti da fallimenti del mercato, ha una lunga tradizione nell'economia della cultura (Throsby, Withers, 1983). Secondo questa linea interpretativa, l'esistenza di benefici pubblici derivanti dall'arte non interamente appropriabili privatamente comporterebbe l'incapacità del mercato di garantire il raggiungimento del “livello ottimale” di cultura che la società nel suo complesso desidera consumare ed è disposta a pagare (Galloway, Dunlop, 2007, p.26).

² Si vedano, per esempio: http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2014/july/tradoc_152670.pdf; <http://epthinktank.eu/2014/08/29/ttip-and-the-cultural-exception/>; e Poirier, 2013.

le capacità di pianificazione e tassazione da parte delle amministrazioni locali – per la maggior parte governate dal partito laburista – pretendendo al contempo che queste elaborassero un programma di sviluppo economico locale che muovesse da una duplice premessa: a) la fine irreversibile dell'industria manifatturiera; e b) lo sviluppo di un ambiente favorevole all'impresa – assieme a quello dei talenti e competenze locali rilevanti – come unica via percorribile per la ripresa economica (O'Connor, 2010). In questo contesto, lo sviluppo economico locale cessava progressivamente di essere inteso come un insieme di misure necessarie per il riscatto di territori in crisi e il soddisfacimento di specifici bisogni locali, per esser sempre più interpretato come l'incubatore di una nuova concezione della città. In tale nuova concezione la cultura smetteva di essere un obiettivo di spesa periferico o al più “ornamentale”, diventando invece sempre più centrale al processo di decisione delle politiche pubbliche in qualità di potenziale risorsa economica (O'Connor, 2010). La logica (e la retorica) della sovvenzione pubblica cedeva(no) il passo a quelle dell'investimento, mentre la logica della soddisfazione dei bisogni delle popolazioni locali e del riscatto territoriale veniva scalzata da quella del ritorno sugli investimenti.

Ai fini di questo ri-cablaggio, un ruolo di primo piano spetta al contributo di Myerscough (1988a, 1988b). Questo economista britannico proponeva una metodologia di valutazione dell'impatto della spesa nel settore artistico che non si limitasse a rilevare i soli effetti diretti in termini di aumento dell'impiego nel settore stesso, proponendo invece moltiplicatori di spesa per dar conto degli effetti indiretti per i quali la spesa nel settore – tramite l'aumento delle presenze e degli afflussi turistici – generava un flusso di spesa anche per altre attività economiche, non direttamente connesse al settore culturale in senso stretto (ristoranti, alberghi, etc.). Queste, a loro volta, avrebbero reso il territorio più attraente per cittadini e imprese (Reeves, 2002; UNESCO, 2012). Così, il ragionamento di Myerscough, mettendo in risalto l'impatto sull'economia locale della spesa pubblica a sostegno del settore artistico e culturale in termini di creazione di ricchezza e impiego, forniva un potente argomento in difesa del loro operato ad amministrazioni locali in difficoltà, in un momento di forte contrazione della spesa pubblica a livello centrale e di espansione della stessa a livello locale (O'Connor, 2010; Selwood, 2010). Date però le difficoltà nelle quali versavano i vecchi centri industriali, oramai interamente dismessi o in dismissione, la spesa pubblica delle amministrazioni locali diventava sempre più legata allo sviluppo di nuovi attrattori turistici strettamente connessi a progetti di rigenerazione urbana, volti a dare una nuova immagine alla città nell'ambito di vere e proprie operazioni di *re-branding* urbano. È così che nel settore artistico e culturale cominciarono a svilupparsi argomenti a favore del primato dell'efficienza gestionale, del ritorno economico in termini di impiego, turismo e miglioramento di immagine, e dello sviluppo di “quartieri culturali” (*cultural quarters*), sino al vero e proprio consolidarsi dell'idea di un rinascimento urbano interamente trainato dal settore culturale (O'Connor, 2010).³ Questo passaggio e queste idee si iscrivono pienamente, a loro volta, nel più ampio movimento ideale e materiale per il quale un'idea dell'amministrazione urbana incentrata sulla soddisfazione dei bisogni delle popolazioni locali in termini di servizi e infrastrutture veniva progressivamente spiazzata da una logica imprenditoriale, volta a favorire e stimolare meccanismi di concorrenza inter-urbana per l'attrazione di capitali (Grodach, Loukaitou-Sideris, 2007; Harvey, 1989).

È per l'effetto cumulativo e combinato di questi sviluppi che, negli anni '90, nell'ambito del riconfigurarsi della relazione tra sviluppo economico locale e industrie culturali appena tracciato, l'enfasi si sposterà progressivamente dalla dimensione della cultura a quella della creatività. In aggiunta a quanto descritto finora, va però considerato come alcuni fattori ideali, materiali e accademici concorrenti e interconnessi abbiano contribuito a rendere fertile il terreno per questo spostamento d'enfasi. In primo luogo, va evidenziato il crescente riconoscimento da parte delle amministrazioni locali – parallelo

³ Il dibattito sui “quartieri culturali” (*cultural quarters*) avrebbe in seguito dato luogo ai dibattiti sui distretti culturali (*cultural districts*) (Mommaas, 2004) e le città creative (*creative city*) (Landry, Bianchini, 1995; Landry, 2000). Per una prospettiva recente sulle città creative, si vedano Indergaard, Pratt, Hutton, 2013 e Pratt, Hutton, 2013.

all'accrescersi delle loro responsabilità in materia – della necessità di una maggior professionalità nella gestione e dell'importanza dell'efficienza economica nel perseguimento di attività e finalità culturali (Hesmondhalgh, 2013; O'Connor, 2010). Tale riconoscimento, di per sé circoscritto, entrava in risonanza con un più ampio movimento ideale e una retorica contrari ad ogni tipo di pianificazione, basati su una fede incrollabile nell'efficienza dei mercati in qualsiasi situazione e contingenza. Questo era particolarmente rilevante in Inghilterra, dove, come discusso, la maggior parte delle amministrazioni locali era controllata dal partito laburista, il cui ripensamento (nel 1995) della Clausola IV della propria costituzione (clausola riguardante la socializzazione dei mezzi di produzione) divenne un elemento centrale della sua strategia di *re-branding* come *New Labour*.

Un secondo fattore rilevante è da indentificarsi nel dibattito sul post-Fordismo. Questo sanciva la fine del paradigma della produzione di massa e la nuova (o rinnovata) importanza di mercati frammentati, di nicchia e di prossimità per beni e servizi ad alto contenuto simbolico. Tale nuova ecologia dei mercati era a sua volta interpretata come uno stimolo per i produttori a sviluppare una maggior capacità di risposta ad una domanda per sua natura maggiormente volatile, ricorrendo a metodi di produzione, un'organizzazione dell'attività produttiva e una gestione delle risorse improntati alla flessibilità (Amin, 1994). Il dibattito sul post-Fordismo aveva due principali conseguenze. Da un lato, la maggior importanza attribuita alle piccole e medie imprese (*small and medium sized enterprises*), derivante dal loro operare in reti fortemente caratterizzate dal contesto locale, con le sue relazioni sociali e le sue tradizioni culturali (O'Connor, 2010). Dall'altro lato, lo *spatial turn* in atto nelle scienze sociali, processo per il quale queste si emancipavano da quella che veniva percepita come un'enfasi eccessiva sul contesto nazionale, per assumere una nuova e più fluida concezione dello spazio, fortemente determinata dall'interazione complessa di reti di diversa natura, portata e importanza, e dove i livelli locale, regionale e globale interagivano in maniera non lineare (O'Connor, 2010). L'effetto combinato del dibattito sul post-Fordismo e delle sue conseguenze portava alla (ri)scoperta dell'importanza dei *cluster* di attività economica, con l'annessa convinzione che le transazioni economiche fossero sempre meno basate su considerazioni immediate di costi e profitti e sempre più sui benefici economici e le esternalità derivanti dalla rete stessa (Porter, 1998, 2008), intese come vere e proprie “proprietà emergenti” del sistema.⁴

Infine, un terzo fattore decisivo è da rinvenirsi in un insieme di importanti cambiamenti intervenuti nella cultura del lavoro (O'Connor, 2010). Questi si sostanziano in un movimento che infrange vecchie e (sino allora) radicate concezioni romantiche relative all'incompatibilità strutturale del mondo della creatività, dell'arte e della cultura, da un lato, e di quello dell'economia e dell'imprenditorialità, dall'altro (Jackson, 2009).⁵ Infatti, dagli anni '70 e '80 in poi, la “critica artistica” al mondo imprenditoriale è

⁴ Il termine *cluster* è solitamente tradotto in italiano con il termine “distretto” o l'espressione “distretto industriale”. Ciò nonostante, sebbene vi sia una contiguità ideale tra i due concetti, e sebbene essi condividano la Terza Italia come fonte d'ispirazione e il riferimento teorico ai contributi di Alfred Marshall sulla concentrazione territoriale e la specializzazione settoriale dell'azienda, è opportuno rilevare come questi concetti emergano da discipline vicine ma distinte, con prospettive e orientamenti differenti. La nozione di *cluster* emerge nell'ambito della teoria della strategia di gestione d'impresa per opera di Michael Porter (1998, 2008), e si inserisce all'interno di un'analisi delle cause del vantaggio competitivo *per la singola impresa* (in particolar modo in relazione alla scelta della localizzazione) (Porter, 2000). Nel contesto italiano, invece, la nozione di distretto industriale è notoriamente legata alle riflessioni di Giacomo Becattini (1998, 2000), ed è più saldamente ancorata ad una considerazione storica delle caratteristiche dello sviluppo economico italiano così come ad una prospettiva di *sviluppo economico locale integrato*. In anni recenti, il concetto di *cluster* è stato criticato per l'uso caotico che ne è stato fatto nelle scienze sociali e da parte dei responsabili delle politiche pubbliche (Martin, Sunley, 2003). Considerazioni simili possono essere mosse alla nozione di distretto industriale, al suo rapporto con la realtà empirica (Terza Italia inclusa) e ai suoi molteplici usi (si veda, per esempio, Hadjimichalis, 2006).

⁵ Le stesse concezioni che formavano il retroterra sulla base del quale Adorno e Horkheimer coniavano l'espressione “industria culturale”.

progressivamente recuperata dalla retorica aziendale – come dimostrato nel corposo studio dei manuali di gestione effettuato da Boltanski e Chiapello (1999) – parallelamente al passaggio da strutture aziendali rigide e gerarchiche a strutture aziendali articolate in un reticolo flessibile di progetti fondati sull'iniziativa, l'autonomia e il coinvolgimento individuali dei lavoratori, a fronte di maggior flessibilità contrattuale ed un grado decrescente di inclusione nel sistema di previdenza sociale (Boltanski, Chiapello, 1999). Grazie a questo passaggio, i lavoratori addetti a mansioni di carattere creativo e culturale non sono più intesi come personalità creative inserite, loro malgrado, in un settore e una cultura aziendale per loro alieni e asfissianti, ma come una dinamica avanguardia in possesso dei mezzi adeguati per operare e competere nella maniera più efficace (O'Connor, 2010). Tale nuova percezione è accompagnata dal diffondersi della nozione di *enterprising self*, che porta molti – sulla base del rifiuto delle rigidità burocratiche e delle organizzazioni gerarchiche – ad aderire attivamente allo scambio tra minor sicurezza e maggior libertà sul lavoro. Concretamente, questo si traduceva in una crescita della micro-imprenditorialità e del *freelancing* (o *lavoro autonomo di seconda generazione*, si veda: Bologna, 1992, 1997a, 1997b; Bologna, Fumagalli, 1997), vera e propria base sociale in quella che diventerà la visione delle industrie creative promulgata dal *New Labour* nel Regno Unito (O'Connor, 2010) e – più in generale – delle ICC.

Quanto descritto nelle due sezioni precedenti – riconfigurazione dello sviluppo economico locale come *rebranding* urbano ai fini della competizione inter-urbana, dibattito sul post-Fordismo e le sue conseguenze, rinnovo dell'etica e della cultura del lavoro – ha fatto sì che, negli anni '90, la creatività si affermasse come valore sociale imprescindibile e risorsa economica di primaria importanza. Tale stato di cose trova piena espressione, celebrazione e sistematizzazione – sul versante retorico e accademico – nella teorizzazione dell'ascesa della “classe creativa” operata da Richard Florida (2002). Secondo quest'ultimo, la classe creativa sarebbe composta da un nucleo centrale di lavoratori dei settori scientifico e ingegneristico, dell'architettura e del *design*, dell'educazione, dell'arte, della musica e dell'intrattenimento, la cui funzione economica risiederebbe nella creazione di nuove idee, nuove tecnologie e nuovi contenuti. A questo nucleo centrale si affiancherebbe uno strato più ampio di “professionisti della creatività” (*creative professionals*) nel settore dell'imprenditoria, nel settore finanziario, nel settore legale, nel settore sanitario, e nei settori a questi affini (Florida, 2002, p.8). La classe creativa così definita sarebbe per Florida la forza trainante dello sviluppo economico, sociale e morale nella società post-industriale. Pertanto, Florida la riteneva in grado di assicurare sviluppo economico a quelle città in grado di attrarne il maggior numero di membri tramite l'adeguato dosaggio di politiche pubbliche in quelle aree che Florida stesso riassume con le “tre T”: Talento (una popolazione altamente qualificata e con elevati livelli di capitale umano), Tolleranza (una comunità socialmente e culturalmente diversificata), e Tecnologia (l'infrastruttura tecnologica necessaria a garantire il pieno dispiegarsi di una cultura e una prassi imprenditoriale). Queste rappresenterebbero l'*ethos*, lo stile di vita e i bisogni della classe creativa, centrati su meritocrazia, dinamismo tecnologico, e valorizzazione della creatività e della diversità individuali (Florida, 2002). Se le riflessioni di Florida sanciscono definitivamente la canonizzazione della creatività come valore fondamentale della nostra epoca, in realtà il loro successo è in larga parte dipeso non tanto dalla loro originalità o dai loro meriti intrinseci, quanto dalla loro coerenza con l'insieme di mutamenti descritti ai paragrafi precedenti relativi alle concezioni dell'economia, della politica economica e della politica urbana (McGuigan, 2005). Ciononostante, o forse proprio per questo, le idee di Florida hanno in seguito esercitato un'influenza rilevante sui responsabili delle politiche pubbliche, orientandone le decisioni e l'operato (McGuigan, 2005).⁶

⁶ Le riflessioni di Florida hanno ricevuto molte critiche, sia rispetto alla loro validità come descrizione della realtà sia rispetto alla loro rilevanza per la condotta delle politiche pubbliche (si vedano, per due dei commenti più esaustivi, Peck, 2005 e Pratt, 2008a). Più che per la rilevanza accademica delle sue idee, Florida è diventato famoso per la sua attività di consulenza portata avanti tramite il *Creative Class Group* (<http://www.creativeclass.com>) (McGuigan, 2005). Ma molte delle municipalità statunitensi che, dopo

A riprova di ciò, vale la considerazione che l'aggiunta della dimensione creativa alle industrie culturali e, pertanto, la nascita del dibattito sulle ICC così come correntemente inteso sono di poco antecedenti alle riflessioni di Florida. Infatti, è nel 1997 che, a seguito del rilancio del partito laburista del Regno Unito come *New Labour* e della sua vittoria alle elezioni dello stesso anno, viene fondata la *Creative Industries Task Force* (CITF), intesa come asse portante dell'allora nuovo *Department of Culture, Media and Sport* (DCMS) (Flew, 2011; McGuigan, 2005; Hesmondhalgh, 2013). La CITF viene istituita con il preciso compito di mappare l'attività economica dei settori ritenuti parte delle industrie creative nel Regno Unito, di misurarne il contributo all'economia del Regno Unito nel suo complesso, e di identificare le politiche pubbliche atte a favorirne lo sviluppo (Flew, 2011). Il risultato di queste indagini, pubblicato nel 1998, catapultò le ICC all'attenzione mondiale. In questo documento, le industrie creative erano definite come quelle industrie la cui fonte risiede nella creatività e nel talento individuali, e le cui potenzialità in termini di creazione di posti di lavoro e ricchezza si esplicano tramite la creazione e lo sfruttamento di materiale soggetto al regime dei diritti di proprietà intellettuale (CITF, 1998, 2001). La lista dei settori individuati come parte delle industrie creative (lista che la stessa CITF considerava non esaustiva) era la seguente: pubblicità; mercati d'arte e di oggetti antichi; architettura; artigianato; design; alta moda; cinema; software interattivi d'intrattenimento (principalmente videogiochi, ma non solo); musica; teatro e arti performative; editoria; software (eccetto i software classificati come d'intrattenimento); televisione e radio (CITF, 1998). Su questa base, il documento proclamava che l'apporto delle industrie creative al prodotto interno lordo del Regno Unito era maggiore di quello di qualsiasi delle industrie manifatturiere del Regno Unito considerata singolarmente (CITF, 1998). Da quel momento in poi, il modello della CITF avrebbe posto le basi per i futuri esercizi di definizione e perimetrazione del settore delle ICC, che rispetto ad esso si sarebbero mossi procedendo per estensione, revisione (come, per esempio, nel caso dei modelli elaborati dalla NESTA e dalla *Work Foundation* – si veda Flew, 2011 e il prossimo capitolo) o critica.

Agli occhi di molti, tale presunto sorpasso dell'industria manifatturiera da parte delle ICC suggeriva il pieno affermarsi di un'economia post-industriale nel Regno Unito e, contestualmente, il raggiungimento di un traguardo storico. In particolare, questa suggestione traeva forza dal fatto che il sorpasso fosse dichiarato nella nazione a lungo definita come l'“officina del mondo” in virtù dell'esser stata culla della Rivoluzione industriale e, perciò, prima potenza industriale al mondo (Beaud, 2010; Hobsbawm, 1968). Dato tale contesto ideale, alcuni leggevano il nuovo orientamento delle politiche pubbliche in favore delle industrie creative come un tentativo – genuino e promettente – di promuovere il più ampio accesso alla cultura assieme all'eccellenza (Hughson, Inglis, 2001). Suggerimenti a parte, molte sono state le critiche avanzate al documento della CITF, e alcune di esse sono particolarmente incisive. Per esempio, McGuigan (2009) rileva come la CITF proclamasse il sorpasso dell'industria manifatturiera da parte delle industrie creative senza fornire dati comparativi per il settore degli armamenti e il settore farmaceutico. Similmente, Howkins (2001) critica la classificazione della CITF perché questa restringeva la creatività quasi esclusivamente al dominio dell'arte e della cultura, a detrimento delle scienze, del settore ingegneristico e dell'innovazione tecnologica in generale. Per Garnham (2005), invece, il solo elemento di novità della classificazione della CITF risiedeva nell'accorpamento del settore di produzione del

averle pagate a caro prezzo, hanno provato ad applicare le sue prescrizioni, si sono trovate a dover ridimensionare le proprie aspettative a seguito della crisi economica. Questo ha comportato un declino di popolarità per Florida e le sue teorie (MacGillis, 2009). Alla luce di tutto ciò, Florida stesso ha dovuto ammettere i limiti delle proprie prescrizioni: ‘Our main takeaway: On close inspection, talent clustering provides little in the way of trickle-down benefits. Its benefits flow disproportionately to more highly-skilled knowledge, professional and creative workers whose higher wages and salaries are more than sufficient to cover more expensive housing in these locations. While less-skilled service and blue-collar workers also earn more money in knowledge-based metros, those gains disappear once their higher housing costs are taken into account’ (Florida, 2013, <http://www.citylab.com/work/2013/01/more-losers-winners-americas-new-economic-geography/4465/>).

software a settori in precedenza ricompresi sotto la categoria di industrie culturali. Pertanto, secondo Garnham (2005) questo segnalava un maggior interesse del governo per il rafforzamento della proprietà intellettuale e di un modello economico basato sullo sfruttamento della stessa, piuttosto che un genuino e sostanziale interesse per le ICC (si veda anche Galloway, Dunlop, 2007).⁷ Su questa scia, si può aggiungere in questa sede che i settori menzionati da McGuigan e Howkins fanno ampio ricorso al regime dei diritti di proprietà intellettuale (Galloway, Dunlop, 2007), il che, oltre a porre la questione di come collocarli rispetto alla definizione di industrie creative fornita dalla CIFT, pone al contempo la questione della pertinenza della definizione stessa. Generalizzando questo tipo di considerazione, Bilton e Leary (2002, p.50) pongono l'accento sulla sfuggevolezza del concetto di creatività, sulla sua incapacità di fornire un criterio di demarcazione tra settori economici, e sull'incapacità della definizione della CIFT di fornire una spiegazione adeguata del carattere distintivo delle industrie creative. Infatti, per ogni settore di attività economica è legittimo sostenere la presenza e l'importanza di creatività, talenti e competenze individuali (Bilton, Leary, 2002, p.50; Pratt, 2005, p.33); similmente, è difficile trovare prodotti 'che non sfrutti[no] una qualche componente intellettuale sotto forma di brevetti, elementi di design o altre proprietà simboliche' e 'intangibili' atte a rendere unico il prodotto (Bilton, Leary, 2002, p.50). Inoltre, Bilton e Leary (2002, p.50) rilevano anche come la lista non esaustiva di industrie creative stilata nel documento della CIFT raggruppi 'i soliti noti (musica, arti performative, televisione e radio)' assieme ad 'alcuni candidati più controversi (software e servizi per computer)'. Dunque, secondo Bilton e Leary, se la lista promossa dalla CIFT 'segnala la possibile esistenza di un settore delimitato di "industrie creative"', l'incapacità di definirne chiaramente i confini (sia all'interno che verso l'esterno del settore) e le 'caratteristiche distintive' comporta la difficile verificabilità dell'efficacia delle politiche pubbliche a sostegno delle industrie creative (Bilton, Leary, 2002, p.50).

Ad oggi esistono numerose definizioni del settore delle ICC, per la maggior parte basate su diverse combinazioni dei cinque criteri essenziali seguenti: creatività; (capacità di generare) diritti di proprietà intellettuale; beni simbolici/significato simbolico dei prodotti; valore d'uso; e metodi di produzione (Galloway, Dunlop, 2007; Valentino, 2013a). Eppure, le questioni e le problematiche esposte sopra rimangono aperte, dato che:

‘non esiste alcun accordo su quali criteri considerare e su quale peso attribuire a ciascuno di essi e di conseguenza non esiste un confine condiviso, nella letteratura e tra le istituzioni del settore, dell'industria culturale e creativa. Il dibattito recente sembra, quindi, aver accresciuto e non ridotto le differenze definitorie e ciò porta anche a posizioni paradossali: alcuni autori ... sono arrivati alla conclusione che tutte le industrie sono culturali perché ogni prodotto incorpora una quota di creatività, anche se solo nel packaging. Di conseguenza la categoria di ICC non è di alcuna utilità. Altri, anche per rispondere criticamente a questa affermazione, arrivano alla conclusione opposta: la categoria di ICC è vuota proprio perché non è discriminante' (Valentino, 2013a, pp.277-278).

Una proposta per reimpostare il dibattito in un'ottica di sviluppo locale

Come ampiamente desumibile da quanto discusso sopra, il concetto di ICC come correntemente inteso è nato nello specifico contesto nazionale, culturale e politico del Regno Unito. In particolare, il passaggio dalla discussione sulle industrie culturali a quella sulle industrie creative è in larghissima parte il frutto di dinamiche, tensioni e contingenze politiche ed elettorali, così come di vicende attinenti alla

⁷ L'estensione del criterio di brevettabilità al software e agli algoritmi fa parte di un più ampio movimento di estensione del dominio della proprietà intellettuale a livello mondiale, che ha visto l'inclusione di nuovi attori (come, ad esempio, le università) e nuovi oggetti (come il software e gli algoritmi, i geni e la materia vivente, o i modelli organizzativi) sotto l'egida del regime di proprietà intellettuale (Coriat, Orsi, 2002; Mirowski, 2011).

dialettica tra partito laburista e partito conservatore e alla fugace esperienza del *New Labour* (Galloway, Dunlop, 2007; Hesmondhalgh, 2013; Hesmondhalgh, Pratt; 2005; Flew, 2011; Garnham, 2005; Pratt, 2005). Eppure, ciò non implica che il concetto vada rifiutato in toto. Infatti, sebbene la CITF abbia prodotto solamente due “mapping document” e poco di rilevante in termini di politica economica, il valore di questi documenti non va sottovalutato: è grazie a questi che il settore delle ICC ha acquisito un accesso ai fondi del ministero del tesoro britannico e una rispettabilità economica che prima – in qualità di “lobby delle arti” – gli erano semplicemente preclusi (Pratt, 2005). Questi processi e questa rinnovata visibilità del settore si stanno ripetendo in altre nazioni, sebbene interpretati e declinati secondo gli specifici contesti storici, economici, culturali e istituzionali delle nazioni di volta in volta coinvolte (Flew, 2011; Hesmondhalgh, Pratt; 2005). Pertanto, al fine di concludere questa rassegna in un’ottica di sviluppo locale, appare utile organizzare le ultime riflessioni di questo scritto attorno a due temi aventi portata generale, distinti ma interconnessi: il tema della programmazione della spesa, e quello del superamento delle carenze del dibattito definitorio.

Per quanto attiene al tema della programmazione della spesa, da quanto discusso ai paragrafi precedenti è facile evincere come, nel contesto del Regno Unito, il dibattito sulle ICC sia stato dominato dalla necessità da parte dei responsabili delle politiche pubbliche di fornire una giustificazione economica alle proprie decisioni e al proprio operato in ambito culturale. I limiti di questa posizione, che è stata qualificata come “strumentalismo difensivo” (Belfiore, 2012), sono stati ampiamente chiariti dal dibattito – tuttora acceso e vivace – sorto in risposta ai contributi di Myerscough (1988a, 1988b) e al loro uso in difesa della spesa pubblica a sostegno del settore artistico e culturale (Selwood, 2010). Tale dibattito prende di mira l’*instrumentalism*, ovvero la pratica e la legittimazione del sostegno al settore artistico e culturale in funzione strumentale ad obiettivi sociali ad esso esogeni (per esempio l’alleviamento dell’esclusione sociale – si veda Belfiore, 2002), se non ad una visione limitata e limitante della crescita economica (Belfiore, 2003, 2012, 2015; Selwood, 2010). L’aspetto qui rilevante di tale dibattito attiene ai limiti del modo in cui l’importanza economica del settore artistico era valutata da Myerscough, i quali – secondo i critici dell’*instrumentalism* – caratterizzerebbero ancora oggi la maggior parte delle valutazioni d’impatto del settore (Belfiore, 2003, 2015). In sostanza, contrariamente a quanto sosteneva Myerscough, per difendere l’importanza economica del settore artistico e culturale (così come di qualsiasi altro settore) ai fini della crescita economica di una specifica economia nazionale, non basta registrarne l’ampiezza e le potenziali ricadute (dirette e indirette): di per sé, questo non prova che le risorse pubbliche ivi impiegate siano state ben spese, né da solo giustifica la necessità di mantenere, se non addirittura aumentare, i livelli di spesa correnti. Occorre invece dimostrare che il settore è in grado di generare *nuova crescita* – ovvero la creazione di nuovi posti di lavoro e nuovi consumi – e non solo la diversione della spesa per consumi da altri settori economici (la quale implica la compensazione dei benefici in un settore in termini d’impiego, redditi e consumi con perdite in altri settori) (Belfiore, 2003). Inoltre, non è sufficiente dimostrare che il settore generi redditi, posti di lavoro e gettito fiscale, perché ciò accade – sebbene in maniere e misure diverse – per qualsiasi settore di attività economica. Occorre invece dimostrare che questo avviene di più, meglio e a tassi maggiori comparativamente ad altri settori, specialmente nel caso in cui questi siano potenziali destinatari alternativi di risorse pubbliche (Belfiore, 2003). Alternativamente, occorre dimostrare che gli stessi risultati non possano essere raggiunti con minore spesa tramite il sostegno ad un altro settore (Belfiore, 2002) – a meno che non si attribuisca un valore etico o sociale alla promozione di un settore rispetto ad altri (ragionamento che vale nel caso dei beni di merito, e che potrebbe valere nel caso dell’arte e della cultura contro, per esempio, quello del gioco d’azzardo).

Infine, rimane da dimostrare che la spesa pubblica nel settore artistico e culturale rappresenti un fattore realmente decisivo per le decisioni di rilocalizzazione d’impresa, contrariamente a quanto invece si sa sul ruolo delle infrastrutture, del loro stato, della loro manutenzione e della loro gestione, e di altri fattori di contesto concernenti la gestione d’impresa in maniera più diretta (Belfiore, 2003; Seaman, 2000). In sostanza, appare discutibile che la *possibilità* di accedere ad un mercato *potenziale*, legato alle

possibili ricadute indirette della spesa pubblica a sostegno del settore artistico e culturale, risulti sufficiente, da sola, a spingere un'impresa a rilocalizzarsi in uno specifico territorio. Queste brevi considerazioni dovrebbero bastare ad illustrare l'importanza del superamento di uno “strumentalismo difensivo”, così come della riconsiderazione e ricollocazione della valutazione d'impatto del settore ICC all'interno di uno sforzo più ampio di programmazione della spesa. In altre parole, se vi deve essere un approccio strumentale alla spesa pubblica a sostegno del settore artistico e culturale, è bene che questo influenzi le decisioni di politica economica a monte, in un'ottica di programmazione integrata, piuttosto che rimanere a valle di tale processo e, pertanto, mera giustificazione subalterna di decisioni già prese e/o politiche già attuate. Questo è particolarmente rilevante per l'Italia per due ragioni. Primo, perché l'Italia possiede un patrimonio artistico e culturale riconosciuto in tutto il mondo, in grado di esercitare un'enorme capacità di attrazione a livello nazionale e internazionale – è infatti ben noto che l'Italia è attualmente la nazione che detiene il maggior numero di siti inclusi nella lista UNESCO dei Patrimoni dell'Umanità.⁸ Purtroppo tale patrimonio non è sempre adeguatamente valorizzato, e troppo spesso permane in stato di parziale o totale abbandono. Secondo, perché il BES – l'indicatore di benessere equo e sostenibile, nato da un'iniziativa congiunta del CNEL e dell'ISTAT iscritta nel dibattito internazionale sul “superamento del PIL” e sulla costruzione di indicatori di benessere alternativi – attribuisce importanza al paesaggio e al patrimonio culturale come uno dei suoi dodici elementi costitutivi (BES, 2014).

Per quanto attiene al tema del superamento delle carenze del dibattito definitorio, invece, è doveroso rilevare come questo si sia prevalentemente concentrato, a livello concettuale, sulla questione dell'*ampiezza* piuttosto che su quella della *profondità* del settore delle ICC (Hesmondhalgh, Pratt, 2005; Pratt, 2001, 2005). In termini pratici, questo si è sostanziato in una grande attenzione a discussioni animate da spirito tassonomico, relative a cosa includere e cosa escludere dal settore e secondo quali criteri e principi organizzativi, a detrimento di discussioni animate da una logica di filiera, volte alla comprensione dell'intero ‘ciclo di produzione necessario per produrre prodotti culturali’ (Hesmondhalgh, Pratt, 2005, p.6). Naturalmente, l'approccio tassonomico rimane importante per la comprensione dello ‘statuto ontologico’ delle ICC, così come per la comprensione degli aspetti pratici della raccolta di informazione su questo (come qualsiasi altro) nuovo “oggetto sociale” (Pratt, 2005, p.32). Eppure, è possibile leggere l'*impasse* in cui versa il dibattito definitorio (si veda sopra e Valentino, 2013a) come una conferma dell'insufficienza del solo approccio tassonomico e, allo stesso tempo, una conferma dell'urgenza e della necessità di una sua integrazione con un approccio di filiera. Una maggior attenzione all'intero ciclo produttivo permetterebbe di comprendere meglio il ruolo di quelle attività non-culturali svolte a stretto contatto con (se non dentro) il settore delle ICC e vice-versa (una problematica di non poco conto per l'approccio tassonomico), così come il tema del rapporto tra il settore delle ICC e l'artigianato e il settore manifatturiero (Hesmondhalgh, Pratt, 2005; Pratt, 2005). Per esempio, nel caso della musica, oltre ai musicisti e alle loro esibizioni, un approccio di filiera riconoscerebbe l'importanza della formazione, della gestione e della promozione dei musicisti stessi, così come delle infrastrutture e del personale qualificato associati agli spazi di prova, registrazione ed esibizione, alla produzione di dischi (di vinile e *compact disc*), e alla loro distribuzione e vendita (Hesmondhalgh, Pratt, 2005, p.6). Infatti, tra tutti questi attori e processi esistono sinergie ed interazioni positive, e il risultato di ognuna di queste attività è in larga parte determinato dalle reciproche interdipendenze (Pratt, 2005, p.34). Va però anche rilevato come forti ostacoli a questo tipo di analisi siano insiti nella definizione stessa del settore delle ICC e nei presupposti che la animano (si pensi alla definizione della CITE, per esempio). Infatti, nella misura in cui le ICC sono intese come fulcro di un programma di politica economica volto a superare il settore manifatturiero, se non addirittura come base economica di una società post-industriale, la contrapposizione tra industria manifatturiera, da un lato, e arte, cultura e creatività, dall'altro, porta per

⁸ <http://www.unesco.it/cni/index.php/siti-italiani>

sua natura a trascurare gli aspetti inerenti al(l'intero ciclo del)la produzione per concentrarsi sui prodotti e la proprietà intellettuale – aspetti riguardanti la mera *circolazione* dei beni culturali (Pratt, 2005, p.33).

Dunque, il passaggio da un'ottica dominata dalla preoccupazione per l'ampiezza ad un'ottica dominata dall'attenzione alla profondità del settore delle ICC è fondamentale per spostare l'enfasi dai soli prodotti culturali e le loro ricadute indirette a questioni riguardanti gli *attori*, i *processi*, le *strutture* e il *contesto*, restituendo visibilità alla 'varietà di strutture istituzionali che sostengono e rendono possibile' la produzione culturale su base continuativa, così come alle 'varie forme istituzionali' che sorreggono l'operato di ciascuna delle componenti del settore (Pratt, 2005, p.34). Le implicazioni di questo mutamento concettuale sono di vasta portata, e proprio ai fini di una programmazione della spesa più efficace, per tre ragioni. Primo, un'ottica dominata dall'attenzione alla profondità del settore delle ICC, fondata su un approccio di filiera orientato alla comprensione dell'intero ciclo di attività che porta i vari beni culturali dalla produzione al consumo, permetterebbe di individuare l'esistenza di *backward* e *forward linkages* (così come teorizzati da Hirschman, 1958) – elemento conoscitivo e operativo essenziale per rendere più efficace la programmazione integrata della spesa pubblica.⁹ Secondo, una miglior conoscenza dell'ecologia istituzionale e organizzativa delle ICC permetterebbe di capire le ragioni dell'inefficacia di strategie e politiche pubbliche destinate al settore delle ICC basate su principi generici o “mono-taglia” (*one-size fits all*), così come le differenze specifiche tra le varie componenti delle ICC e i loro relativi bisogni – elementi di comprensione essenziali ai fini della costruzione di un programma di politica economica specifico per le ICC, basato sulla solida comprensione delle specificità della produzione culturale (Pratt, 2005, p.35). Terzo, il cambiamento di prospettiva descritto e auspicato sopra pone in maniera molto seria la questione della *governance* delle ICC, assieme a quella dell'*implementazione* delle politiche economiche ad esse dirette – ovvero la questione della comprensione delle modalità di governo e gestione delle ICC, e del loro dispiegarsi tramite una varietà di forme organizzative, pratiche lavorative, regolamentazioni e mercati (di natura sia pubblica che privata) (Hesmondhalgh, Pratt, 2005; Pratt, 2005, p.32).¹⁰

⁹ L'analisi dei *backward* e *forward linkages* veniva promossa da Hirschman (1958) nell'ambito della teoria della crescita non bilanciata (*unbalanced growth*). In questo contesto, tale teoria si proponeva di analizzare come determinati progetti di investimento possono creare le condizioni per, o comunque incoraggiare, ulteriori progetti di investimento riguardanti fasi produttive posizionate a monte (*backward linkages*) o a valle (*forward linkages*) rispetto al ciclo produttivo del progetto di investimento originario. Secondo questa teoria, in un'ottica di programmazione integrata della spesa, sarebbero da favorire quei progetti d'investimento in grado di generare il numero maggiore (o la catena più lunga) di *linkages*.

¹⁰ Non è possibile approfondire ulteriormente in questa sede, ma il lavoro di Pratt è un riferimento fondamentale per portare avanti una riflessione organica e strutturata lungo le linee qui indicate – si vedano, in particolare, Pratt, 2008a, 2008b, 2009, 2012, 2015 e Pratt, Hutton, 2013.

QUALI CONFINI PER IL SETTORE DELLE ICC? LO STATO DELL'ARTE DELLA MODELLISTICA A LIVELLO INTERNAZIONALE E IN ITALIA

Alla ricerca di criteri definatori per perimetrare il settore delle ICC

Le indagini quantitative condotte finora per stimare la dimensione economica e occupazionale delle ICC a livello nazionale e internazionale producono spesso risultati divergenti, a volte anche significativamente. Questo dipende dal fatto che non si è ancora giunti ad una definizione condivisa dei confini del settore e di quali attività vi debbano essere comprese, il che si riflette nell'uso di locuzioni diverse per identificare il settore stesso: industria culturale, industria creativa o industria culturale e creativa. Poiché, però, le attività comprese sotto queste diverse categorie sono in gran parte contigue se non coincidenti, spesso queste etichette vengono considerate come sinonimi o intercambiabili (e questo a scapito dei loro significati e contesti di utilizzo originari, così come della loro storia – si veda il capitolo precedente). Sebbene le varie definizioni sembrino discostarsi tra loro solo marginalmente (comprendendo/escludendo un insieme circoscritto di attività), l'effetto sulle stime è comunque rilevante, perché in alcuni casi si tende a includere/escludere sub-comparti con molte imprese e molti addetti. Da qui la necessità di effettuare una scelta circa quali attività includere nelle ICC ogni volta che si deve eseguire un'indagine quantitativa.

La letteratura sul tema della “perimetrazione” del settore è dominata da due approcci: l'**approccio deduttivo**, tipico dagli economisti della cultura, parte dalla definizione di criteri astratti (variabili a seconda degli autori e delle scuole di pensiero) che permettano di selezionare a priori le imprese da includere nel settore; l'**approccio induttivo**, invece, parte dalla realtà empirica, cercando di definire i confini del settore attraverso la catalogazione delle imprese che si possono ragionevolmente ritenere culturali e creative. Quest'approccio è prediletto da quanti – operatori del settore, centri di ricerca e istituti di statistica – sono impegnati in indagini empiriche e, in un modo o nell'altro, hanno riscontrato i limiti pratici dell'approccio deduttivo.¹¹

Infatti il persistere di differenze definitorie indica la difficoltà teorica di individuare l'insieme di attività da includere nel settore. Questa difficoltà investe poi le indagini empiriche, che tendono a divergere nella stima della dimensione del settore in termini di numero di imprese, occupati e fatturato. Numerosi studiosi hanno provato a fornire una definizione del settore per via deduttiva, cercando di individuare un “minimo comun denominatore” che permettesse di includere nello stesso settore un insieme composto di attività, prodotti e servizi: dalle attività connesse alla gestione e valorizzazione dei beni culturali, a quelle caratterizzanti le arti visive; da quelle proprie della industria culturale fordista, sino alle nuove attività rese possibili dalla rivoluzione informatica. I criteri proposti come minimo comun denominatore sono numerosi ma, spesso, essi sono anche *inconsistenti*, nel senso che non sono in grado di distinguere univocamente le attività creative e culturali da altri tipi di attività economica.

I principali criteri utilizzati per circoscrivere il settore ICC per via deduttiva riguardano elementi che caratterizzerebbero sia l'offerta che la domanda di beni, prodotti o servizi culturali e creativi. Dal **punto**

¹¹ Naturalmente, la localizzazione disciplinare e istituzionale e le finalità dell'indagine stessa non sono estranei alla scelta dell'uno o dell'altro approccio da parte del singolo analista.

di vista dell'offerta, due elementi principali sono stati proposti come in grado di discriminare i prodotti culturali e creativi: la **creatività individuale** e le **tecniche di produzione**. Nei primi documenti definitivi del settore, le attività da comprendere nel settore delle ICC sono di frequente descritte come quelle che si fondano sulla **creatività individuale**. Lo *UK Creative Industries Mapping Document* definisce infatti le ICC come 'quelle industrie che hanno la propria origine nella creatività individuale, le competenze e il talento e che detengono il potenziale per creare ricchezza e occupazione attraverso la generazione e lo sfruttamento della proprietà intellettuale' (CITF, 2001, p.5). Eppure, l'uso di questo criterio, che individua in uno specifico input del processo di produzione la discriminante delle ICC, non è di per sé sufficiente. Infatti, sulla base dello stesso criterio, sarebbe necessario includere nel settore anche attività che si fondano su altre forme di creatività, come quella scientifica, quella tecnica o di qualsiasi altra natura.

Un'ampia letteratura individua invece le attività culturali e creative facendo riferimento alle **tecniche di produzione** prevalenti nel settore. Le tecniche di produzione utilizzate nel settore delle ICC sono sia artigianali che industriali, e il criterio tecnologico è utilizzato primariamente per segmentare il settore e distinguere le attività da comprendere nella tipologia dell'arte non di mercato da quelle di mercato. Il sottoinsieme dell'arte non di mercato, ovvero le cosiddette *Subsidized Muses* (arte visiva e performativa, attività conservative e di valorizzazione), si caratterizza per il ricorso a tecniche di tipo artigianale, mentre l'industria culturale (cinema, TV, riproduzione, stampa) adopera tecniche di produzione di tipo fordista o comunque industriale. Eppure, vari studiosi appartenenti a scuole di pensiero diverse hanno rifiutato l'utilità del criterio tecnologico come discriminante: da quelli afferenti alla scuola di pensiero delle *Technologies of Freedom* (Pool, 1983) a Ruth Towse (2003b), per esempio. Per tutti, la sola forma di produzione non può più costituire un criterio per individuare le ICC in quanto, dopo la rivoluzione informatica, la quasi totalità di queste attività può utilizzare tecnologie con basso costo fisso. Di conseguenza le nuove produzioni (culturali e/o creative) non hanno bisogno di cospicui finanziamenti per le immobilizzazioni, e non sono più costrette a realizzare grandi volumi produttivi per ammortizzare i costi fissi. Possono, cioè, far ricorso a processi di produzione di tipo artigianale ma comunque caratterizzati da alta produttività.

Ponendosi dal **lato della domanda**, altri studiosi hanno considerato come principale criterio discriminante per il settore delle ICC il **valore d'uso** dei prodotti. Così, questo filone di pensiero ritiene possibile distinguere i prodotti culturali e creativi in base alla particolare tipologia di bisogni e desideri che quei prodotti andrebbero a soddisfare. Pertanto, un prodotto o un'attività faranno parte del settore delle ICC se vengono "consumati" in risposta ad un bisogno estetico o identitario dell'acquirente, a prescindere dallo scopo originario del produttore (che potrebbe comunque essere più interessato al valore di scambio del prodotto, piuttosto che agli usi o ai bisogni specifici degli acquirenti). Più specificamente, secondo questa linea di pensiero i prodotti culturali e creativi sarebbero caratterizzati dal loro essere atti a soddisfare valori d'uso simbolici. Pertanto, per David Throsby (2008a) i prodotti culturali e creativi operano come *veicoli* per messaggi simbolici per coloro che li consumano, acquisendo così valenze comunicative superiori che trascendono le loro funzioni e i loro attributi materiali. È il consumatore ad attribuire questo valore e, pertanto, anche nel caso in cui fosse il produttore ad attribuire esplicitamente un valore simbolico alla sua opera, questo si realizza solo se viene accettato e condiviso da coloro che la domandano. Eppure, proprio per questa ragione, il criterio del valore d'uso presenta dei limiti difficilmente sormontabili. Questi derivano dal fatto che tale valore è una qualità attribuita a un oggetto (materiale o immateriale) dal singolo consumatore, e che questo potrebbe non essere necessariamente in grado di coglierne e apprezzarne adeguatamente i valori simbolici. Inoltre, i valori simbolici e identitari sono valori d'uso sociali/socialmente determinati e non individuali. Questo solleva il problema di *chi e come* procederà all'assegnazione dell'attributo culturale o creativo a un oggetto o un'attività, e di *quali processi* porteranno al conferimento di queste valenze. Questioni di portata più ampia rimangono poi ancora senza risposta come, ad esempio, perché e in che modo questi bisogni si modificano nel tempo e con quali conseguenze.

Un altro criterio identificativo proposto è quello del **diritto d'autore**. Questo è un criterio composito, che considera sia gli aspetti attinenti all'offerta che quelli attinenti alla domanda elencati sopra. Esso risulta dalla combinazione tra le specificità dei valori d'uso creati (valori simbolici), la conservazione di un aspetto tipico delle tecniche artigianali di produzione (la creatività individuale), e la riproducibilità tecnica dei prodotti. Per molti studiosi, è l'intersezione di questi elementi a far emergere il diritto dell'autore (*intellectual property*) e la necessità della sua difesa come criteri identificativi delle produzioni culturali e creative, tanto che, spesso, è il criterio combinato **creatività individuale e diritto d'autore** (*creativity and intellectual property*) ad essere utilizzato per definire una attività come creativa o culturale. Eppure, il diritto d'autore, da solo o insieme alla creatività individuale, non è sufficiente per discriminare i prodotti culturali e creativi da altre tipologie di prodotti, dato che prodotti appartenenti ad altri settori produttivi spesso presentano le stesse caratteristiche – peso importante della creatività individuale o collettiva nel processo produttivo e, conseguentemente, peso importante dei diritti di proprietà intellettuale nel settore. Inoltre, come in tutte le situazioni in cui i prodotti della creatività sono input in processi produttivi di ulteriori prodotti della creatività, l'importanza e il ruolo della difesa del diritto d'autore per lo sviluppo del settore delle ICC sono un tema controverso. Per esempio, l'UNCTAD, nel suo *Creative Economy Report* (2010, p.254), scrive:

‘Una sfida importante nel plasmare le politiche pubbliche per l'economia creativa è legata ai diritti di proprietà intellettuale: come misurar[ne] il valore ... come redistribuir[ne] i profitti e come regolamentare queste attività. L'evoluzione multimediale ha creato un mercato aperto per la distribuzione e la condivisione di contenuti creativi digitalizzati, e il dibattito sulla protezione o la condivisione dei diritti di proprietà intellettuale è diventato altamente complesso, venendo a coinvolgere governi nazionali, artisti, creatori e il mondo degli affari. Il tempo è giunto affinché i governi rivedano i limiti dei regimi dei diritti di proprietà intellettuale vigenti e che li adattino alle nuove realtà al fine di garantire un ambiente competitivo nel contesto del dibattito multilaterale’.

Ciò non toglie che la proprietà intellettuale continui ad essere uno dei criteri più usati per la selezione delle attività appartenenti al settore delle ICC, in genere in combinazione con altri criteri, in particolare la creatività individuale e il valore d'uso.

Alla luce dei limiti di ognuno degli approcci discussi sopra, molti studiosi hanno rilevato come le attività da comprendere all'interno del settore delle ICC possano essere selezionate con efficacia solo sulla base di una **pluralità di criteri**. Così, per esempio, Throsby (2001, 2010) ha proposto una definizione onnicomprensiva di industria culturale fondata sulla combinazione di tre criteri: i) la presenza di una qualche dose o componente di creatività, che deve essere incorporata nell'attività produttiva e/o nel prodotto; ii) la produzione o la comunicazione di valori simbolici; e iii) l'incorporazione negli output, anche solo potenzialmente, di una qualche forma di proprietà intellettuale. Similmente, Ruth Towse (2010) pone come elementi fondanti del “paradigma delle industrie creative” (*creative industries paradigm*): i) l'enfaticizzazione del ruolo della conoscenza e delle dotazioni di capitale umano nello sviluppo post-industriale come nuovo paradigma per lo sviluppo economico (*new development paradigm*); ii) l'importanza, dal punto di vista economico, dell'innovazione e della creatività; e iii) la centralità del *copyright* nelle politiche di sviluppo sia nei paesi del Nord che del Sud del mondo.

Verso una definizione operativa e condivisa?

Alla fine di questo breve excursus sui criteri proposti per selezionare per via deduttiva i prodotti, le attività e le componenti del settore delle ICC, è possibile trarre alcune considerazioni:

- non esiste un unico criterio che permetta di selezionare le attività da comprendere nel settore, ma è invece inevitabile fare ricorso a una **procedura** di tipo **multi-criteriale**;

- anche laddove i confini settoriali delle ICC sono individuati facendo riferimento agli stessi criteri, tali confini potrebbero risultare comunque differenti a seconda del peso relativo attribuito a ciascuno dei criteri dall'analista;
- le definizioni del settore che privilegiano i criteri del valore d'uso (valori simbolici) e della proprietà intellettuale, pur partendo da categorie analitiche distinte, tendono a identificare attività coincidenti e, pertanto, portano ad una definizione del settore pressoché identica;
- la considerazione delle tecniche di produzione e del loro peso nel processo produttivo può essere utile per suddividere il settore delle ICC in vari sub-settori e comparti omogenei, ma non come criterio per identificarne le attività e stabilire i confini del settore rispetto all'esterno.

Dunque, alla luce di queste considerazioni, appare utile ribadire ancora una volta come non esista alcun accordo su quali siano o debbano essere i criteri essenziali per identificare univocamente il settore delle ICC, così come su quale peso attribuire a ciascuno di essi. Di conseguenza, non esiste un confine del settore condiviso, e questo sia nella letteratura scientifica che tra le istituzioni e gli operatori del settore. Data la difficoltà di stabilizzare una definizione del settore per via deduttiva, è parso opportuno demandare la soluzione di questa problematica alla ricerca per via induttiva. Pertanto, organizzazioni, operatori ed esperti si sono adoperati per arrivare a definizioni operative e condivise attraverso la specificazione di una serie di tassonomie delle attività costituenti il settore delle ICC. Eppure, come si vedrà, molti dei limiti e degli ostacoli riscontrati dall'analisi deduttiva si ripresentano spesso nelle analisi di tipo induttivo. Di seguito, quindi, si procede a fornire una panoramica sui metodi di studio, adottati a livello nazionale e internazionale, volti a perimetrare il fenomeno delle ICC dal punto di vista economico e occupazionale. L'esposizione non seguirà un criterio puramente cronologico, né una suddivisione dei modelli in base alla loro origine nazionale o istituzionale (istituzioni internazionali, centri di ricerca, fondazioni, etc.). Si è preferito invece privilegiare le *connessioni tra i modelli*, porne in rilievo i *rapporti di filiazione*, così come le relative *somiglianze e differenze*.

Una panoramica sui principali modelli internazionali e nazionali

Il primo modello britannico della Creative Industries Task Force del Department of Culture, Media and Sport (1998, 2001)

Il modello della *Creative Industries Task Force* (CITF) del *Department of Culture, Media and Sport* (DCMS) britannico è, di fatto, il primo sforzo intellettuale di definizione pratica del settore delle ICC. Esso nasce, alla fine del 1990, dagli sforzi del *New Labour* per riposizionare l'economia britannica a livello mondiale come un'economia guidata dalla creatività e dall'innovazione (si veda il capitolo precedente). In questo modello, le industrie creative sono definite come quelle industrie che presentano come input principale del processo produttivo l'applicazione di creatività, abilità e talento, e che esplicano il loro potenziale di creazione di ricchezza e di posti di lavoro attraverso la valorizzazione dei diritti di proprietà intellettuale (CITF, 1998, 2001).

Le attività incluse nella classificazione del DCMS sono **tre dici**. Per descrivere questa classificazione, il DCMS ha preferito usare la locuzione "industrie creative" onde evitare che si potesse confondere il settore con la cultura "alta" in senso stretto, la quale, nel Regno Unito, vantava all'epoca una lunga storia di finanziamenti pubblici e non era vista dall'opinione pubblica come un settore dinamico.

Nel definire il settore, il DCMS selezionava le attività tenendo conto di **due criteri guida**: il **livello di creatività incorporato nei prodotti/processi**, e il loro **livello di competitività sul mercato mondiale** (caratterizzando così fortemente il settore in termini di orientazione verso l'esportazione). Su questa base,

il DCMS ricomprendeva nelle industrie creative le seguenti attività: 1) architettura; 2) arte e mercato dell'antiquariato; 3) arti dello spettacolo; 4) artigianato; 5) design; 6) editoria; 7) film e video; 8) moda; 9) musica; 10) pubblicità; 11) software; 12) televisione e radio; 13) videogiochi per computer.

Sebbene gli sforzi della CITF abbiano dato luogo solamente a due *mapping documents* con poche ricadute dirette in termini di politica economica, questi documenti rimangono delle pietre miliari nel dibattito sulle ICC. È infatti grazie ad essi se il settore delle ICC ha potuto acquisire una visibilità e una rispettabilità economica che prima – in qualità di “lobby delle arti” – gli erano semplicemente preclusi (Pratt, 2005). Inoltre, saranno proprio questi primi esercizi di perimetrazione del settore a portare il dibattito sulle ICC e il crescente interesse per il loro potenziale economico all'attenzione mondiale.

Approccio Eurostat Leadership Group (LEG) Culture (1997-2000)

Durante la metà degli anni '90, parallelamente al crescere dell'interesse per il potenziale economico della cultura, emerge la netta consapevolezza della mancanza di informazioni statistiche adeguate per poter indagare a fondo il tema. Così, nel 1997, la Commissione Europea dà mandato a un'apposita *task force* – LEG-Culture – di affrontare il compito di individuare e aggregare le statistiche di stampa culturale prodotte dai vari paesi dell'Unione Europea, al fine di poter effettuare comparazioni internazionali sul settore. Il progetto LEG-Culture sulle statistiche culturali in Europa ha rappresentato un valido tentativo di ideare un approccio adeguato ai propositi dell'analisi statistica nel settore culturale europeo. Il rapporto, redatto nel 2002 (LEG, 2002), presentava proposte e raccomandazioni per la suddivisione del settore culturale e creativo in categorie e per la loro trasposizione nelle rispettive categorie NACE, fornendo inoltre orientamenti per lo sviluppo di un piano coerente per la raccolta di informazioni statistiche sulla cultura in Europa.

Punto di partenza per il progetto LEG-Culture è il quadro prodotto dall'UNESCO nel 1986 (UNESCO, 1986), che proponeva una prima classificazione delle categorie da considerare nei processi di produzione di statistiche culturali. La volontà di procedere ad una rivisitazione dell'approccio seguito dall'UNESCO nasce dalla constatazione che, sebbene esso fosse in larga parte ripreso come modello da molti Paesi, ciascuno di essi vi apportava modifiche discrezionali in base al concetto di cultura vigente nel proprio territorio o alla disponibilità dei dati a livello nazionale. Inoltre, dopo poco più di un ventennio dall'esperienza dell'UNESCO, la necessità di aggiornarne il quadro concettuale scaturiva anche dall'esigenza di dare adeguatamente conto di una realtà in rapida evoluzione.

L'approccio LEG-Culture individua quindi **8 domini culturali** e **6 funzioni**, incrociati in una matrice (Tabella 1). Gli otto domini culturali sono i seguenti: 1) Patrimonio culturale (monumenti storici, musei, siti archeologici, ecc. 2) Archivi; 3) Biblioteche; 4) Libri e stampa periodica; 5) Arti visive (design compreso); 6) Architettura; 7) Arti drammatiche (musica, danza; teatro musicale e drammatico, ecc.); 8) Audio e prodotti audiovisivi/multimediali (cinema, radio, televisione, video, registrazioni audio, opere multimediali). Le sei funzioni, invece, riguardano: i) la **conservazione** – tutte le azioni volte alla protezione, al restauro e al mantenimento di beni; ii) la **creazione** – l'invenzione di opere originali che di solito danno titolo al pagamento di diritti d'autore; iii) la **produzione** – i modi attraverso i quali l'opera originale viene resa disponibile al pubblico; iv) la **distribuzione** – compresi l'organizzazione e la promozione di eventi; v) il **commercio/le vendite**; e vi) la **formazione**.

Nello specifico, la revisione delle categorie UNESCO è basata sull'esclusione dello sport e dell'ambiente, l'introduzione di nuovi domini, quali l'architettura e i nuovi media, ma anche sull'esclusione di altri domini dal campo culturale quali la pubblicità, il turismo, i software e i servizi informatici, le società di copyright, la moda e i giochi – e tutto questo in un'ottica di **riduzione della complessità**. Purtroppo, però, le nuove categorie statistiche non permettono di applicare le linee guida LEG, ovvero: i) le classificazioni sono diverse tra le varie nazioni, rendendo difficile ogni confronto o,

addirittura impossibile in alcuni casi; e ii) le attuali categorie statistiche sono spesso troppo ampie o fondono le diverse attività, rendendo impossibile comprendere ed analizzare i vari settori culturali (Valentino, 2013b). I punti di forza del modello stanno nell'identificazione del valore del settore culturale analizzando tre domini: occupazione, finanziamento, partecipazione e nello sforzo di categorizzazione delle attività. Quelli di debolezza nell'eccessiva aggregazione di alcune categorie NACE, in cui le attività culturali sono comprese in classi che raggruppano attività molto diverse tra loro (Istituto Guglielmo Tagliacarne, 2009).

Figura 1. Matrice domini/funzioni dell'approccio Eurostat LEG Culture

Matrice domini/funzioni dell'approccio Eurostat LEG Culture						
	Conservazione	Creazione	Produzione	Distribuzione	Commercio/vendita	Funzione
Patrimonio culturale - Monumenti storici - Musei - Siti archeologici - Altri	Attività per la protezione di monumenti Attività museali Attività archeologiche Altre attività relative ai beni culturali			Organizzazione di eventi e sensibilizzazione		Attività di formazione
Archivi	Archivi generali e specialistici			Organizzazione di eventi e sensibilizzazione		Altri
Biblioteche	Attività per la conservazione e la lettura			Organizzazione di eventi e sensibilizzazione		Altri
Libri e stampa periodica - Libri - Stampa periodica		Creazione di opere letterarie Scienze degli articoli per quotidiani e periodici	Produzione di libri Produzione di quotidiani e periodici Attività delle agenzie di stampa Attività degli agenti letterari	Organizzazione di festival e fiere del libro Attività di distribuzione Organizzazione di eventi e sensibilizzazione	Commercio/vendita di libri Commercio/vendita di pubblicazioni e stampe	Altri
Arti visive - Arti visive (disegno, pittura) - Fotografia - Multimedialità - Architettura	Restauro	Creazione di opere visive	Produzione di opere visive Riproduzione, produzione di oggetti, ecc.	Mostre di opere visive Organizzazione di festival Organizzazione di eventi e sensibilizzazione	Commercio/vendita di opere visive Gallerie d'arte Commercio/vendita di riproduzioni e oggetti	Altri
Arti performative - Musica - Danza - Teatro musicale - Teatro drammatico - Multimedialità - Mix arti (teatro, performance, ecc.)		Creazioni architettoniche Laboratori di società di architetti	Produzione di eventi live Attività di protezione, teatro, opere liriche, compagnie di ballo, ecc. Servizi relativi alla produzione di eventi live (agenti artistico-empresari)	Attività di distribuzione da parte delle sale da concerto, teatri di danza, teatri, ecc. Organizzazione di festival (libra, musica, teatro, ecc.) Organizzazione di eventi e sensibilizzazione		Altri
Audiovisivo - Multimedialità - Cinema - Radio - Televisione - Video - Registrazione audio - Opere multimediali		Creazione di opere cinematografiche e audiovisive (non cinematografici) Creazione di opere multimediali	Produzione di film per il cinema Produzione di film (non cinematografici) Produzione di programmi radio Produzione di programmi televisivi Produzione di registrazioni audio e audiovisive Produzione di opere multimediali	Distribuzione di film Gestione di cinema Organizzazione di festival Trasmissione radio Trasmissione televisiva	Commercio/vendita di registrazioni audio e audiovisive Commercio/vendita di opere multimediali	Altri

Fonte: Istituto Guglielmo Tagliacarne, 2009 (p.17).

European Statistical System Network on Culture – ESSnet-Culture (2009-2012)

Una delle più recenti tassonomie proposte per delineare il perimetro e la dimensione del settore delle ICC è quella elaborata dallo *European Statistical System Network on Culture* (ESSnet-Culture) (ESSnet-Culture, 2012). Questo network di esperti e i loro sforzi muovono da quattro obiettivi precisi: i) rivedere il perimetro dell'industria culturale definito nel 1997 dal LEG-Culture; ii) rivedere le basi metodologiche esistenti per migliorare le statistiche culturali europee; iii) definire indicatori e variabili per descrivere e studiare il settore culturale in tutta la sua complessità; e iv) migliorare, sulla base delle singole esperienze nazionali, le analisi dei dati. L'ESSnet-Culture ha pubblicato nel 2012 il suo rapporto finale, ed è anche grazie a questo e alla sua autorevolezza se la locuzione “*Cultural and Creative Industries*” ha potuto stabilizzarsi come denominazione del settore (almeno in Europa). Per individuare le attività da introdurre nel novero delle ICC, sono stati individuati **dieci domini** e **sei funzioni** come specifici del settore (Fig.2): 1) Patrimonio (Musei, luoghi storici, siti archeologici, patrimonio intangibile); 2) Archivi; 3) Biblioteche; 4) Libri e stampa; 5) Arti visive (arti plastiche, fotografia, design); 6) Arti performative (musica, danza, teatro, e altri spettacoli dal vivo); 7) Audiovisivi e multimedia (film, radio, televisione, video, sound recording, videogame); 8) Architettura; 9) Pubblicità; 10) Artigianato artistico. Successivamente, nell'ambito di ognuno di questi domini, le attività più propriamente culturali e creative vengono

individuare prendendo in considerazione solo alcune funzioni. In definitiva, le attività che, secondo l'ESSnet-Culture, devono essere comprese nel settore culturale e creativo sono quelle che, nell'ambito di ognuno dei domini sopra specificati, sono realizzate con una delle seguenti funzioni: **creazione; produzione/pubblicazione; disseminazione/commercializzazione; conservazione; istruzione; gestione/regolazione.**

I confini disegnati dall'ESSnet-Culture sono relativamente ampi, non tanto per i domini quanto per le funzioni considerate. Per esempio, le attività legate all'istruzione sono di difficile disaggregazione, mentre altre attività – come, per esempio, quelle connesse alle funzioni di commercializzazione o gestione – possono difficilmente essere considerate attività culturali. I punti di forza del modello risiedono nell'identificazione del valore del settore culturale tramite l'analisi di tre fattori – occupazione, finanziamento e partecipazione – e nello sforzo di categorizzazione delle attività. Tra le debolezze, invece, si riscontrata l'eccessiva aggregazione di alcune categorie della NACE, in cui le attività culturali sono comprese in classi che raggruppano attività molto diverse tra loro. Alcune indagini empiriche condotte in Italia sulla dimensione e sulla rilevanza economica del settore delle ICC tendono ad ampliare ulteriormente i confini disegnati dall'ESSnet-Culture, come nel caso del Libro bianco sulla creatività (Santagata, 2009) e dell'indagine Symbola del 2013.

Figura 2. Il modello Essnet Culture

	CREATION	PRODUCTION/ PUBLISHING	DISSEMINATION / TRADE	PRESERVATION	EDUCATION	MANAGEMENT / REGULATION
HERITAGE - Museums - Historical places - Archaeological sites		- Museums sciences activities (constitution of collections) - Recognition of historical heritage	- Museums exhibitions - Museography and scenography activities - Art galleries activities (incl. e-commerce) - Trade of antiquities (incl. e-commerce)	- Operation activities for historical sites - Preservation of intangible cultural heritage - Restoring of museums collections - Restoring of protected monuments - Archaeological activities - Applied research and technical preservation activities	- Formal and non formal artistic, cultural teaching activities	- Administrative management (State, local or other bodies)
ARCHIVES		- Acquisition of documents	- Consultation of archives - Archives exhibitions	- Archiving activities (incl. Digitization)	- Formal and non formal artistic, cultural teaching activities	- Administrative management (State, local or other bodies)
LIBRARIES		- Acquisition and organizations of collections	- Lending activities	- Preservation activities	- Formal and non formal artistic, cultural teaching activities	- Administrative management (State, local or other bodies)
BOOKS & PRESS	- Creation of literary works - Writing of cultural articles for newspapers and periodicals - Translation and integration activities	- Publishing of books (incl. by Internet) - Publishing of newspapers and magazines (incl. by the internet) - News agency activities	- Organization of book conventions and event-organizing activities, promoting services - Galleries & other temporary exhibitions - Trade of books on press (incl. e-commerce)	- Protection activities for books and newspapers - Restoring of books	- Formal and non formal artistic, cultural teaching activities	- Supporting activities for managing rights and royalties - Administrative management (State, local or other bodies) - Artistic agents and engagement agencies
VISUAL ARTS - Plastic/line arts - Photography - Design	- Creation of graphical & plastic art works - Creation of photographic works - Design creation	- Production of visual art works - Publishing of photographic works	- Organization of visual arts conventions and event-organizing activities - Galleries & other temporary exhibitions - Trade of visual arts works/art market (incl. e-commerce)	- Protection activities for visual arts works - Restoring of visual arts	- Formal and non formal artistic, cultural teaching activities	- Supporting activities for managing rights and royalties - Administrative management (State, local or other bodies) - Artistic agents and engagement agencies
PERFORMING ARTS - Music - Dance - Circus - Cabaret - Combined arts - Other live shows	- Creation of musical, choreographic, lyrical, dramatic works and other shows - Creation of technical settings for live performance	- Performing arts production & organization - Support and technical activities for producing live performance	Live presentation activities - Booking services	- Restoring of musical instruments	- Formal and non formal artistic, cultural teaching activities	- Supporting activities for managing rights and royalties - Administrative management (State, local or other bodies) - Artistic agents and engagement agencies
AUDIOVISUAL & MULTIMEDIA - Film - Radio - Television - Video - Sound recordings - Multimedia works (incl. videogames)	- Creation of audiovisual works - Creation of multimedia works	- Motion picture, video and audiovisual programme production - Television programme production (incl. Internet) - Publishing of sound recordings, films, videotapes (incl. by the internet) - Publishing of multimedia works - Publishing of computer games - Radio programme production - Audiovisual post-production activities	- Organization of film/video conventions and event-organizing activities - Radio and TV broadcasting (incl. by the internet) - Film projection - Film/video distribution - Renting of video tapes and discs - Trade of audiovisual works (incl. e-commerce) - Temporary audiovisual exhibitions	- Protection activities for audiovisual and multimedia works - Restoring of audiovisual and multimedia works	- Formal and non formal artistic, cultural teaching activities	- Supporting activities for managing rights and royalties - Administrative management (State, local or other bodies) - Artistic agents and engagement agencies
ARCHITECTURE	- Architectural creation		- Temporary architectural exhibitions - Galleries exhibitions	- Architectural preserving activities	- Formal and non formal artistic, cultural teaching activities	- Administrative management (State, local or other bodies) - Supporting activities for managing rights and royalties
ADVERTISING	- Creation of advertising works		- Distribution of advertising designs		- Formal and non formal artistic, cultural teaching activities	- Supporting activities for managing rights and royalties
ART CRAFTS	- Artistic crafts creation	- Production of artistic craft	- Artistic craft exhibitions and trade (incl. e-commerce)	- Restoring of art crafts	- Formal and non formal artistic, cultural teaching activities	- Administrative management (State, local or other bodies)

Fonte: Bina, V. et al ESSnet-CULTURE European Statistical System Network on Culture Final Report. Luxembourg, 2012.

Libro bianco sulla creatività (2009)

Nel *Libro bianco sulla creatività* (Santagata, 2009) vengono identificate 3 sfere (o macro-settori) nelle quali la creatività si declina all'interno dei processi economici caratterizzati dalla produzione di cultura (Fig. 3). In primo luogo, la creatività è associata al **patrimonio storico ed artistico** di un paese – inteso sia come il capitale culturale frutto della creatività delle generazioni passate, ma anche come la produzione artistica delle generazioni presenti. In secondo luogo, la creatività è un input per **produzione e comunicazione di contenuti** delle industrie culturali che forniscono beni e servizi ad alto contenuto simbolico. In terzo luogo, il processo creativo è fortemente presente nella sfera della **cultura materiale**, espressione del territorio e delle comunità. In questo caso la creatività è frutto principalmente di un processo collettivo, locale e cumulativo, dove l'elemento culturale è inserito inestricabilmente da beni artigianali e di uso quotidiano.

Figura 3. Creatività e produzione di cultura in Santagata



Fonte: Santagata, W. (2009). Libro bianco sulla creatività in Italia [White Paper on Creativity in Italy]. Milano: Università Bocconi Editore (p. 18) – titolo: Creatività e produzione di cultura

In base a questa classificazione è possibile individuare **12 settori economici** caratterizzati da creatività e produzione di cultura (Fig. 4).

Figura 4. I settori delle Industrie Culturali e Creative

Cultura materiale	Moda Design Industriale e Artigianato Industria del Gusto
Produzione di contenuti, informazione e comunicazioni	Software Editoria TV e Radio Pubblicità Cinema
Patrimonio storico e artistico	Patrimonio Culturale Musica e Spettacolo Architettura Arte Contemporanea

Fonte: Santagata, W. (2009). Libro bianco sulla creatività in Italia [White Paper on Creativity in Italy]. Milano: Università Bocconi Editore (p. 19).

Rispetto alla classificazione ESSnet-Culture, il *Libro bianco sulla creatività* include nel settore della cultura e della creatività sia la moda (settore tessile e dell'abbigliamento) che l'industria del gusto (i prodotti enogastronomici di qualità e il turismo enogastronomico). Nell'analisi di ogni settore è inoltre possibile individuare 4 fasi di una comune catena di produzione del valore. Le fasi di concezione, produzione e distribuzione e attività connesse rappresentano i momenti centrali della generazione del valore. La **concezione** è caratterizzata dall'ideazione dei prodotti e la loro tutela in termini di proprietà intellettuale. La **produzione** traduce in beni e servizi commerciali il contenuto creativo o il bene/l'attività culturale. La **distribuzione** è intesa come rete di diffusione dei prodotti e servizi attraverso canali tradizionali o di nuova generazione. Le **attività connesse** rappresentano le attività che forniscono gli input intermedi (ad esempio i tessuti per la moda) o i settori che forniscono beni di supporto necessari a rendere possibili la distribuzione e il consumo dei beni culturali (lettori di supporti digitali, apparecchi radio-televisivi, computer).

Utilizzando i dati forniti dall'Istituto G. Tagliacarne relativi al il 2004, il *Libro bianco sulla creatività* compiva un esercizio di stima su alcune variabili dei macro-settori, in particolare in termini di valore aggiunto e numero di addetti. Punto di forza del modello proposto nel *Libro bianco sulla creatività* è l'enfasi sul valore della "creatività culturale" come elemento preponderante nella creazione di valore aggiunto. La principale debolezza, invece, risiede nel fatto che tale metodo offre una valutazione della produzione culturale di tipo qualitativo, basata sul concetto di filiera, senza offrirne una traduzione in termini quantitativi.

Fondazione Symbola (2013)

La Fondazione Symbola, nel suo rapporto *Io sono cultura – L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi* (2013), classifica le diverse attività economiche in quattro macro-settori, corrispondenti alle diverse aree di produzione di valore economico a base culturale e creativa e rappresentativi di tutte le possibili interazioni esistenti tra cultura ed economia. I **quattro macro-settori** sono i seguenti:

1. le **industrie culturali** – nelle quali la Fondazione Symbola ricomprende le attività collegate alla produzione di beni strettamente connessi alle principali attività artistiche a elevato contenuto creativo, come (ad esempio) la cinematografia, la televisione, l'editoria e l'industria musicale;
2. le **industrie creative** – ovvero tutte quelle attività produttive ad alto contenuto creativo che espletano funzioni ulteriori rispetto alla mera espressione culturale. Le principali componenti di questo macro-settore sono: l'architettura; la comunicazione e il branding (per ciò che riguarda gli aspetti comunicativi e di immagine); le attività più tipiche del made in Italy, svolte o in forma artigianale (come l'artigianato creativo e artistico) o su ampia scala, ma comunque orientate alle esportazioni e che, puntando sul design e lo stile dei propri prodotti, riescono a essere competitive sui mercati internazionali. Inoltre, tra le attività afferenti a questo macro-settore rientrano anche quelle più espressive dell'enogastronomia italiana, unica e apprezzata nel mondo, che si manifesta anche attraverso la specifica attività di ristorazione;
3. il **patrimonio storico-artistico architettonico** – le attività, svolte in forma di impresa, aventi a che fare con la conservazione, la fruizione e la messa a valore del patrimonio, tanto nelle sue dimensioni tangibili che in quelle intangibili (musei, biblioteche, archivi, gestione di luoghi o monumenti, ecc.);
4. le **performing arts e arti visive** – le attività che, per loro natura, non si prestano a un modello di organizzazione di tipo industriale, o perché hanno a che fare con beni intenzionalmente non riproducibili (le arti visive) o perché hanno a che fare con eventi dal vivo che possono essere fruiti soltanto attraverso una partecipazione diretta.

A livello di rappresentazione statistica i **sotto settori sono 10**: architettura; comunicazione e branding; design e produzione di stile; artigianato; film, video, radio-tv; videogiochi e software; musica; libri e stampa; musei, biblioteche, archivi e gestione di luoghi e monumenti storici; rappresentazioni artistiche, intrattenimento, convegni e fiere.

Secondo Valentino (2013b), i confini del settore delle ICC così individuati sono ancora più larghi rispetto a quelli delineati da Santagata nel *Libro bianco sulla creatività* (Santagata, 2009). Infatti, la classificazione della Fondazione Symbola include nel settore delle ICC sia attività che sono espressione della cultura materiale (artigianato artistico, enogastronomia, produzione di mobili e *Made in Italy*) che molte produzioni strumentali al settore stesso (dalla fabbricazione di strumenti musicali a quella di prodotti cartotecnici).

Il modello dei cerchi concentrici di Throsby (2001)

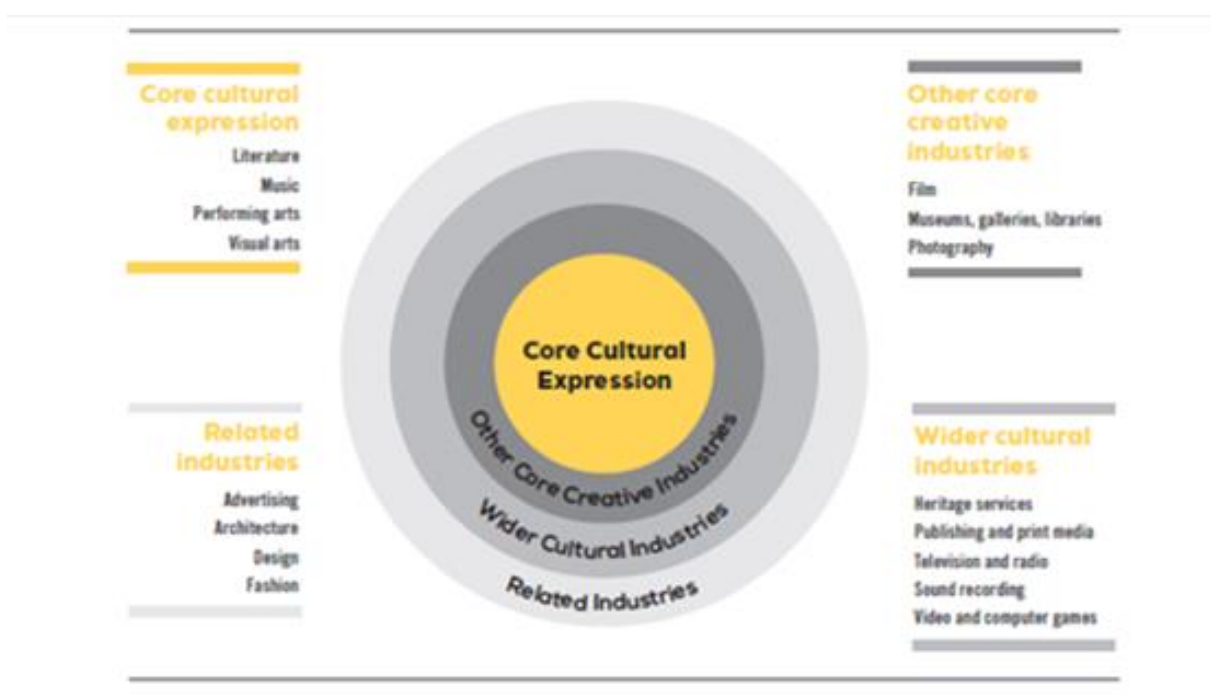
Il modello dei cerchi concentrici di Throsby viene proposto da quest'ultimo in forma generale nel 2001 (Throsby, 2001, pp.112-113), per poi essere sviluppato nel contesto dello studio della KEA Consulting effettuato per conto della Commissione Europea (KEA European Affairs, 2006) e dello studio della *Work Foundation* (2007), dove la rappresentazione a cerchi concentrici fornisce, rispettivamente, una base per la classificazione delle ICC in Europa e nel Regno Unito (Throsby, 2008b, ma si veda anche Throsby, 2010).

Presupposto e punto di partenza del modello è che la caratteristica distintiva delle ICC derivi dal valore culturale (*cultural value*) dei beni, e che le idee creative abbiano origine nel nucleo delle principali arti creative (in forma di suono, testo e immagine). Il processo per il quale queste idee, contenuti ed influenze si trasmettono all'attività economica è descritto come il loro "irradiarsi" dal nucleo delle arti creative attraverso una serie di cerchi concentrici (Fig. 5). Il contenuto culturale dei beni, dei servizi e delle attività si affievolisce man mano che ci si muove dal nucleo verso cerchi più esterni. Pertanto,

quanto più evidente sarà il contenuto culturale di un determinato bene o servizio, tanto più forte sarà la sua capacità di essere incluso, assieme all'insieme di attività che ne sono all'origine, nel settore delle ICC (Throsby, 2001).

Con questo metodo, il modello individua quattro cerchi concentrici rappresentanti classi di attività omogenee. Il primo cerchio è il nucleo (*core*) delle **arti creative**: arti dello spettacolo e visive, letteratura e musica. Nel secondo, invece, si concentrano le **imprese culturali che presentano un contenuto culturale meno elevato** di quelle appartenenti al nucleo centrale: biblioteche, film e musei. Nel terzo sono comprese le **attività culturali in senso lato**: editoria, registrazione sonora, servizi di conservazione e valorizzazione del patrimonio culturale, televisione e radio, videogiochi per computer. Infine, nell'ultimo cerchio sono incluse le **attività** che, in modo più e meno forte, sono correlate alle precedenti e sono **culturali in modo "funzionale"**: architettura, design, moda e pubblicità.

Figura 5. Il modello di Throsby



Fonte: Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press. (2008). *Modeling the cultural industries*. In *International Journal of Cultural Policy*, 14(3): 217-232.

Due aspetti di questo modello sono degni di nota. Il primo è che i confini tra i cerchi sono porosi, e che i cerchi più esterni sono caratterizzati da una maggior commistione di attributi estetici e attributi simbolici, da un lato, e attributi funzionali, dall'altro, rispetto ai cerchi più interni. In secondo luogo, l'*espressione culturale* emerge inevitabilmente da processi sociali – la creatività in sé è un processo sociale – che si esplicano in contesti comunitari e non esclusivamente a livello individuale.

Questo modello è stato ripreso e sviluppato in vari modi (mantenendone la rappresentazione a cerchi concentrici e non) in alcuni studi recenti sulle ICC elaborati da società di consulenza e centri di ricerca. Tra questi, spiccano il modello proposto dalla KEA Consulting – che ha operato sotto mandato della Direzione Generale dell'Istruzione e della Cultura della Commissione Europea, la quale ne ha poi ripreso le definizioni di ICC – così come quelli proposti dalla *Work Foundation* e dal NESTA – che hanno collaborato a vario titolo con il DCMS.

Il modello della KEA Consulting (2006)

Il modello proposto dalla KEA Consulting (KEA European Affairs, 2006) viene elaborato nell'ambito di uno studio condotto dalla stessa società per conto della Commissione Europea, volto a studiare i diversi modi in cui le industrie culturali contribuiscono alla crescita economica in Europa. Tali indagini e gli interessi che le motivano sono, in ambito europeo, il diretto risultato della strategia di Lisbona, la quale eleva la cultura – sebbene sotto le vesti del capitale umano e dell'innovazione – a pilastro fondamentale dello sviluppo socio-economico europeo.

Il lavoro della KEA Consulting adotta una metodologia centrata sulla comprensione della formazione del valore aggiunto dell'economia della cultura (*“the value-added approach”*) e che, all'interno di quest'ultima, distingue due settori: il settore culturale e il settore creativo. Il **settore culturale** è costituito dai campi dell'arte tradizionale e da quelle industrie culturali i cui risultati sono esclusivamente culturali. Il **settore creativo**, invece, raccoglie le rimanenti industrie e le attività che utilizzano la cultura come un valore aggiunto per la produzione di prodotti non culturali. Alla base di tale distinzione si trova l'idea che la cultura, intesa come un insieme di costumi, valori e pratiche condivise da un gruppo sociale, sia in grado di penetrare nei processi produttivi di altri settori e attività in qualità di *“input creativo”*, trasformando questi stessi settori in settori creativi.

Questo modello assegna un ruolo all'interno dell'economia della cultura sia ai settori culturali in senso stretto che ai settori più creativi e, pertanto, può apparire troppo ampio e poco discriminante. Tuttavia, rispetto a modelli precedenti come quello della CITF del DCMS, il modello della KEA Consulting coglie più accuratamente l'impatto economico della cultura e della creatività. In particolare, all'interno del modello, quest'ultima è vista come un elemento di innovazione che, tramite il ruolo di input in molti processi economici della cultura, finisce per influenzare molti settori economici. Questo è il motivo per cui la KEA Consulting propone la *“delineazione”* del settore culturale e non la sua *“definizione”*, volendo enfatizzare la natura meno *“definitiva”* dei risultati e mantenere una concezione dei confini del settore come flessibili e *“porosi”*.

La tabella seguente (Fig. 6) – che si ispira al pensiero di David Thorsby in tema di ICC e ne rielabora in forma tabellare il modello a cerchi concentrici – illustra la delineazione dell'economia della cultura proposta dalla KEA Consulting al fine di consentire una valutazione più accurata del potenziale contributo della cultura e della creatività alla crescita economica europea.

Figura 6. Il modello KEA Consulting

CIRCLES	SECTORS	SUB-SECTORS	CHARACTERISTICS
CORE ARTS FIELD	Visual arts	Crafts - Paintings - Sculpture - Photography	
	Performing arts	Theatre - Dance - Circus - Festivals	
	Heritage	Museums - Libraries - Archaeological sites - Archives	
CULTURAL INDUSTRIES	Film and Video		
	Television and radio		
	Video games		
	Music		
	Books and press		
CREATIVE INDUSTRIES AND ACTIVITIES	Design	Fashion design, graphic design, interior design, product design	
	Architecture		
	Advertising		
RELATED INDUSTRIES	PC manufacturers, MP3 player, manufacturers, mobile industry, etc. ...		This category is loose and impossible to circumscribe on the basis of clear criteria.

: "the cultural sector"
 : "the creative sector"

Fonte: *The Economy of Culture in Europe - (Rapporto Jan Figel) 2006*

Il cuore di tale schematizzazione è costituito dai prodotti culturali non industriali, vale a dire **il campo dell'arte** (*core arts field*), che comprende quel nucleo (comune a tutti i modelli qui esposti) formato dai beni e dalle attività culturali in senso stretto (arti visuali e performative, patrimonio, ecc.). Il secondo gruppo è quello delle **industrie culturali** (video e film, radio e televisione, videogiochi, musica, editoria e stampa), ovvero quelle industrie i cui prodotti sono esclusivamente culturali. Insieme, questi due raggruppamenti costituiscono il settore culturale.

Il terzo gruppo comprende quelle **industrie e attività creative** il cui output è caratterizzato da un certo qual grado di funzionalità, e che sono accomunate dal ricorso fondamentale alla protezione del diritto d'autore. Tutte le attività comprese in questo gruppo, che si tratti di beni e funzioni di massa o meno, possiedono un elemento in comune: danno forma "materiale" (anche se non necessariamente tangibile, come nel caso dei servizi) alle idee, ai valori e alla creatività che diventano così commerciabili una volta protetti dal diritto d'autore.

Infine, il quarto gruppo raccoglie le **industrie connesse**, ovvero quelle industrie che non appartengono esattamente al settore culturale e creativo ma che, da un lato, concorrono allo sviluppo di attività culturali e, dall'altro, portano elementi di creatività nel processo produttivo di beni e servizi non culturali. La caratterizzazione di questo gruppo presenta la debolezza di includere in blocco attività eterogenee e non prettamente culturali, seppur senza finalità statistiche e con l'intento di porre in rilievo l'interdipendenza esistente tra settore culturale e creativo. Insieme, tali terzo e quarto gruppo costituiscono il settore creativo.

E' utile rilevare come nel modello della KEA Consulting non vengano inclusi i settori dello sport e dei servizi per software e personal computer, mentre viene invece presa in considerazione l'opportunità di inserirvi il turismo culturale. Il modello sottolinea il ruolo chiave della rivoluzione dell'ICT (elemento, questo, identificato dalla strategia europea di Lisbona) nel favorire le opportunità per la crescita culturale e del settore creativo. Concretamente, le attività e i settori considerati nel modello sono i seguenti: film; musica; editoria e stampa; televisione e radio; videogiochi; pubblicità; design; mercato dell'arte; arti; patrimonio; altro.

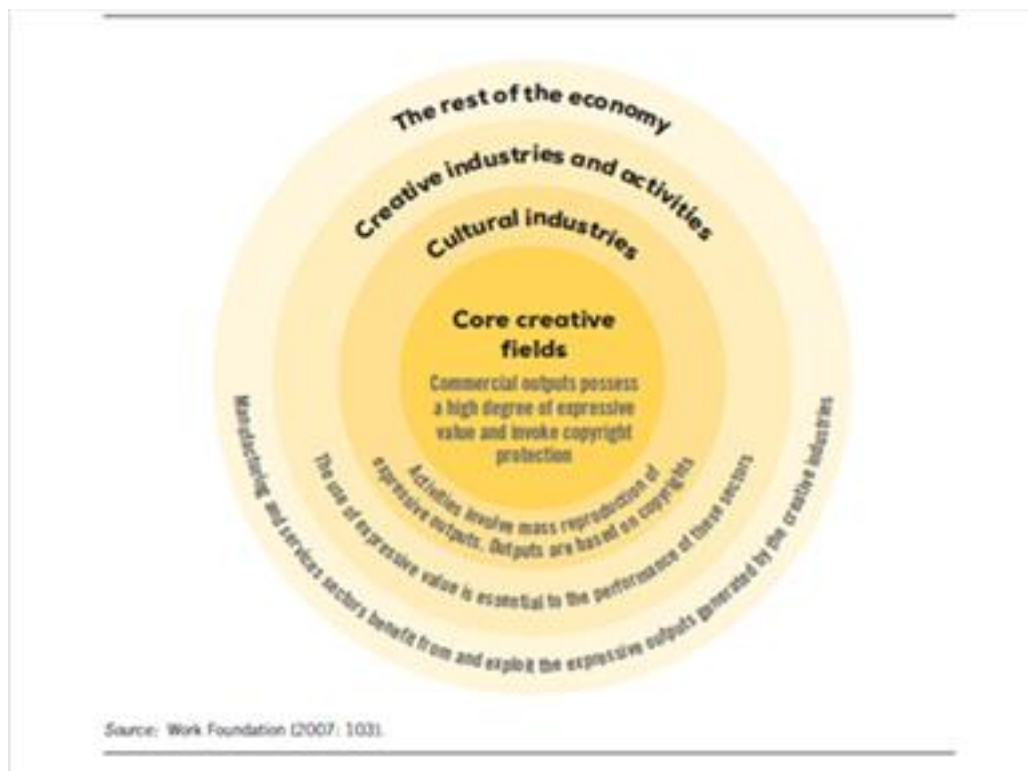
Il modello della Work Foundation (2007)

La *Work Foundation* (2007), in collaborazione con il DCMS, nel rapporto *Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries*, propone un modello basato sul modello dei cerchi concentrici di Throsby. Seppur ispirandosi a quest'ultimo, la *Work Foundation* pone però a cardine del proprio modello il concetto di **valore espressivo**, definito come 'ogni dimensione (nel regno delle idee) che, nel suo senso più ampio, allarga il significato culturale e la comprensione' (*Work Foundation*, 2007, p. 96). Ampliando e generalizzando il concetto di valore culturale proposto da Throsby (2001, 2008b), il concetto di valore espressivo incorpora elementi e dimensioni diversi, come il valore estetico, il valore spirituale, il valore sociale, il valore storico, il valore simbolico e il valore di autenticità. Così, la *Work Foundation* distingue le industrie culturali (cinema, musica, editoria, radio, televisione e giochi per computer) dalle industrie creative (pubblicità, architettura, design, moda e software per computer) sulla base del loro diverso livello di valore espressivo.

Al centro del modello (Fig. 7) vi è un **nucleo creativo** che include tutte quelle forme di produzione originale che danno luogo ad un output commerciale con un alto grado di valore espressivo e che richiede la protezione del copyright. Partendo da questo nucleo e muovendosi verso il cerchio concentrico più esterno, il cerchio più prossimo al nucleo è quello delle **industrie culturali**, ovvero quelle attività che si basano sulla riproduzione di massa e la commercializzazione di output espressivi basati sul copyright – la lista include i settori classici tra cui film, TV, radio, industria musicale, giochi per computer, ecc. In seguito, si incontra il cerchio delle **industrie creative**, le quali includono prodotti originali ma dotati di un grado di funzionalità basato sull'uso di valori espressivi. Infine, nell'ultimo cerchio si trova il "resto dell'economia", ovvero tutti quei settori dell'economia (settori manifatturiero e dei servizi) che, in modi diversi e a vario titolo, utilizzano gli output espressivi generati dalle industrie creative.

Anche se il rapporto della *Work Foundation* si riferisce ancora alla locuzione "industrie creative" nel titolo, in realtà è chiaro il tentativo di evitare i problemi legati al *creative tag*. Infatti, il rapporto non distingue i prodotti (beni e servizi) in base alle diverse dosi di "creatività" che essi incorporano, ma utilizza invece il concetto di "valore espressivo". Questo si trova allo stato più puro al centro del modello, e diviene man mano più contaminato da elementi di funzionalità man mano che ci si muove verso gli anelli più periferici. Questo è certamente un modello dotato di maggior coerenza interna rispetto al primo modello del DCMS (CITF, 1998, 2001), anche a causa del maggiore sforzo analitico effettuato per dar conto della specificità della cultura. A differenza del modello di Throsby (2001, 2008b), il nucleo creativo non è il dominio esclusivo delle arti, ma comprende la cultura popolare, programmi per computer e, in effetti, la più ampia gamma di prodotti originali e innovativi. Quindi, i cerchi concentrici non ipotizzano né impongono alla realtà un'artificiosa gerarchia basata sulla distinzione tra arte pura e arte applicata – critica, questa, che poteva essere mossa al modello di Throsby presentato sopra. Semplicemente, essi intendono rappresentare una gamma di prodotti diversi (beni e servizi) lungo un *continuum* di valore espressivo e funzionale dove, a partire da un estremo caratterizzato dal valore espressivo "puro", man mano che ci si muove lungo il continuum il grado di commistione tra i due valori aumenta.

Figura 7. Il modello della Work Foundation



Il modello NESTA (2006)

Un altro modello che sviluppa un approccio alla mappatura delle industrie creative del Regno Unito a partire dal modello del DCMS, al contempo modificandolo in modo significativo, è quello proposto dal *National Endowment for Science, Technology and the Arts* (NESTA) nel rapporto *Creating Growth. How the UK Can Develop World Class Creative Businesses* (NESTA, 2006).

Adottando una prospettiva prettamente economica e particolarmente attenta al potenziale di crescita delle imprese creative e delle innovazioni commerciali, NESTA muove quattro critiche importanti all'approccio proposto dalla CITF del DCMS: i) la definizione originaria di industrie creative fornita nel 1998 (CITF, 1998) e mantenuta praticamente inalterata nel 2001 (CITF, 2001) è troppo ampia e, in particolare, l'inserimento nella definizione di industrie creative di settori come quello del software e dei servizi informatici ha avuto l'effetto di gonfiare artificialmente le cifre e le stime generali del settore; ii) la mancata distinzione tra i 13 settori industriali elencati nella definizione non permette di identificare adeguatamente le industrie i cui risultati economici sono stati più influenti per la crescita, l'occupazione e le esportazioni; iii) le industrie creative sono definite soprattutto in termini di risultati (output), e non vi è differenziazione tra le industrie in termini di catene commerciali del valore, strutture di mercato, meccanismi di distribuzione e modelli e pratiche di consumo; iv) di conseguenza, il modello DCMS non è in grado di distinguere quei settori la cui dinamica è principalmente commerciale da quelli dove gli output sono in parte o principalmente generati facendo ingente ricorso alle sovvenzioni pubbliche.

Sulla base di queste critiche, NESTA ha proposto invece un modello che differenzia le industrie creative in quattro gruppi di attori, collegati e interagenti fra loro ma comunque distinti (Fig. 8):

- **Fornitori di servizi creativi**, che traggono profitti applicando la proprietà intellettuale ad altre aziende e organizzazioni. Questi includono le agenzie pubblicitarie, società di consulenza e di progettazione, studi di architettura e le nuove agenzie di comunicazione;
- **Produttori di contenuti creativi**, che investono per produrre output protetti da proprietà intellettuale che vengono distribuiti a consumatori/spettatori, e che registrano entrate finanziarie attraverso un mix di vendita diretta, pubblicità e abbonamenti. Le imprese di contenuti creativi includono società cinematografiche, televisive e di produzione di teatro, studi di sviluppo di computer e videogiochi, etichette musicali, editori di libri e riviste, e stilisti di moda;
- **Fornitori di esperienze creative**, che vendono ai consumatori il diritto di sperimentare specifiche attività, performance o spazi in un determinato momento e luogo. Questo comprende il teatro, società di produzione di opera e danza, organizzatori e promotori di musica dal vivo, e può essere esteso a eventi sportivi, festival, istituzioni culturali e promozioni turistiche;
- **Produttori originali creativi**, che sono coinvolti nella creazione, produzione o vendita di manufatti fisici, il cui valore deriva dalla percezione del loro valore culturale o creativo, l'esclusività e l'autenticità, cioè sono in genere *una tantum* o prodotti in tirature limitate piuttosto che in serie. Questo include la maggior parte dell'arte visiva, artigianato e design.

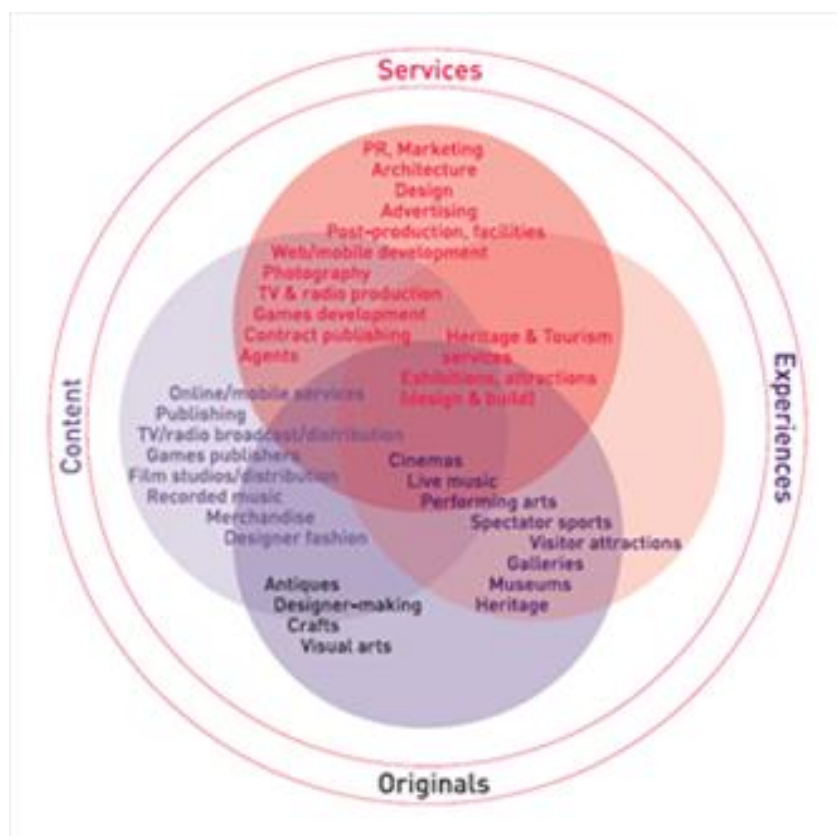
Questo modello predilige una concezione delle industrie creative intese come settori industriali piuttosto che come un insieme di attività creative basate sul mero talento individuale. Inoltre, nel delineare i quattro gruppi di cui sopra, i ricercatori del NESTA hanno ritenuto che, dal punto di vista economico, ci fossero maggiori possibilità di crescita e redditività per i fornitori di contenuti creativi e fornitori di servizi creativi piuttosto che per i fornitori di esperienze creative e produttori originali creativi (NESTA, 2006).

Pertanto, da questa concezione discendono logicamente due ragioni per concentrare l'attenzione su produttori di contenuti creativi e fornitori di servizi creativi. In primo luogo, all'interno di questo modello, si ritiene che questi due gruppi abbiano una **maggior capacità di creare e sfruttare la proprietà intellettuale derivante dalla loro capacità di distribuire e riprodurre contenuti su larga scala**. Internet offre nuove piattaforme e canali per la distribuzione e la crescita globale delle esportazioni presentando, allo stesso tempo, nuove sfide per i diritti di proprietà e il controllo della proprietà intellettuale. In secondo luogo, all'interno di questo modello si ritiene che questi due gruppi abbiano un **maggior potenziale in termini di crescita dell'occupazione** – in particolare per quanto attiene ai servizi di fornitura di settori creativi, dove gli aumenti della domanda sono in genere soddisfatti tramite incrementi del personale lavorativo.

Dato che i modelli della *Work Foundation* e del NESTA condividono il riferimento forte ai modelli del DCMS e di Throsby, e dato che essi sono praticamente stati elaborati contemporaneamente, è utile fare alcune considerazioni comparative. Infatti, nel momento storico in cui entrambi i modelli vengono sviluppati, una forte tensione inerente al concetto di industrie creative si slatentizza nel dibattito sul ruolo della politica economica in Gran Bretagna. Fulcro del dibattito è se la politica economica debba sostenere e promuovere la generazione di industrie di successo e nuove forme di proprietà intellettuale, o se invece debba promuovere e sostenere i settori artistico e culturale, in particolare in quelle loro parti altamente dipendenti dai fondi pubblici. Il rapporto NESTA propende per la prima di queste ipotesi, anche se così facendo sembra trascurare l'importanza economica di ciò che definisce l'esperienza creativa. Questo, a sua volta, riflette una problematica più ampia delle politiche economiche britanniche a sostegno delle ICC, ovvero la sovrastima della capacità competitiva della Gran Bretagna nelle industrie globali dei contenuti digitali e la sottostima del valore degli eventi, del patrimonio e delle infrastrutture culturali britanniche. Il modello della *Work Foundation*, invece, cerca di riaffermare la centralità delle arti nelle

industrie creative e il supporto pubblico per l'eccellenza culturale. Nel cercare di conciliare una concezione estetica molto tradizionale, manifesta nel concetto di valore espressivo, con raccomandazioni su come far crescere le industrie creative britanniche, la *Work Foundation* presenta una distinzione tra industrie culturali e creative che, nella pratica, risulta altamente permeabile. In particolare, la collocazione nelle une o nelle altre dei media è particolarmente problematica, in quanto valutare la presenza di valore espressivo nel contenuto multimediale è una questione difficilmente risolvibile in termini oggettivi.

Figura 8. Il modello NESTA



Fonte: NESTA (2006) *Creating growth: How the UK can develop world class creative businesses* (pag. 55).

Il modello dei Symbolic Texts (2002, 2007, 2013)

A questo punto, è utile ricordare il modello dei *Symbolic Texts* proposto da David Hesmondhalgh (2002, 2007, 2013) (Fig. 9) e ripreso da Galloway e Dunlop (2007) (Fig. 10). Questo modello si basa sul connubio tra: 1) le riflessioni e i dibattiti di quanti hanno cercato di fondare un'economia politica della cultura a cavallo tra gli anni '70 e '80 del secolo scorso; e 2) leggere modifiche all'intuizione dei Francofortesi Horkheimer e Adorno (2010) e di Benjamin (2014), per la quale il vero tratto distintivo dei beni culturali risiederebbe nella loro modalità di produzione (produzioni originali prodotte con metodi artigianali; riproduzioni prodotte in serie con metodi industriali) (Boggs, 2009).

Il modello è caratteristico dell'approccio allo studio delle ICC dei *critical cultural studies* europei e britannici, e distingue la cultura alta dalla cultura popolare sulla base delle diverse dinamiche di potere che le caratterizzano rispetto alle diverse classi sociali, alle questioni di genere e alle questioni

razziali/etniche (Throsby, 2008a, UNCTAD, 2010). In sostanza, questo modello rappresenta i processi attraverso i quali la cultura di una determinata società si forma e si trasmette tramite la produzione, la diffusione e il consumo di testi simbolici – *symbolic texts* (opere teatrali, musicals, libri, quotidiani di informazione, film, spettacoli radiofonici, pubblicità, videogames, canzoni, etc.) – comunicati e diffusi tramite una pluralità di mezzi di comunicazione diversi (cinema, telecomunicazioni e stampa) (Boggs, 2009; Throsby, 2008a; UNCTAD, 2010).

Come rileva Valentino (2013a, pp.279-80), il modello ‘seleziona le attività da comprendere nel settore tenendo conto di due criteri: la forma di produzione (industriale o artigianale) e le forme di distribuzione e consumo dei prodotti che incorporano valori simbolici’. Su questa base, ‘le attività culturali e creative possono essere distinte in tre “classi” a seconda che si posizionino nel “cuore” dell’industria culturale (editoria, film, internet, musica, pubblicità, radio e televisione, videogiochi per computer)’, ‘nella sua periferia (arti creative) o nei suoi confini estremi (elettronica di consumo, moda, software e sport)’ (si veda anche Valentino, 2012c, pp.72-73).

Una rappresentazione alternativa è invece quella fornita da Boggs (2009), e qui ripresa nelle Figure 9 e 10. Questa mette chiaramente in luce le modifiche apportate, rispettivamente, da Hesmondhalgh e da Galloway e Dunlop alla visione dei Francofortesi. In particolare, Hesmondhalgh (2002) propone di sostituire alla distinzione di Horkheimer e Adorno tra produzioni artigianali e di massa con quella tra industrie culturali del nucleo (*core cultural industries*) e periferiche – in questo, probabilmente, influenzato dai modelli a cerchi concentrici da quello di Throsby (2001) in poi.

Figura 9. Il modello dei Symbolic Texts proposto da David Hesmondhalgh

Produzione di testi?	Produzione di massa?	
	Si	No
Si	Nucleo delle industrie culturali (<i>core cultural industries</i>)	Industrie culturali periferiche / fascia esterna dei produttori di testo non industriali o semi-industriali
No	Produzione di massa industriale tradizionale / non culturale	Produzione artigianale tradizionale

Fonte: Boggs, 2009 (p.1487, Fig. 2) (riadattato da Hesmondhalgh, 2002).

Galloway e Dunlop (2007), invece, propongono un raffinamento della distinzione di Adorno e Horkheimer, includendo la produzione artigianale nel campo dei media all’interno del settore culturale tradizionale (*arts and culture*).

Figura 10. il modello dei Symbolic Texts ripreso da Galloway e Dunlop

Produzione di testi?	Produzione di massa?	
	Si	No

Si	Industrie culturali	Settore culturale tradizionale (<i>arts and culture</i>)
No	Produzione di massa industriale tradizionale / non culturale	Produzione artigianale tradizionale

Fonte: Boggs, 2009 (p.1486, Fig. 1) (riadattato da Galloway, Dunlop, 2007).

Il modello della World Intellectual Property Organization (2003)

Varie istituzioni internazionali hanno dedicato energie e risorse significative alla perimetrazione del settore delle ICC. Tra queste spicca la World Intellectual Property Organization (WIPO) – non da ultimo perché la classificazione che propone nel 2003 (WIPO, 2003) muove (per ovvi motivi istituzionali) da premesse molto simili a quelle dalle quali muovevano i primi sforzi classificatori della CITF del DCMS britannico (CITF, 1998, 2001). Per questa ragione, è utile approcciarsi ad una panoramica dell’apporto di alcune istituzioni internazionali chiave al dibattito sulla perimetrazione del settore delle ICC cominciando proprio dalla classificazione proposta dalla WIPO.

Seppur conscia delle differenze terminologiche esistenti riguardo a queste locuzioni, la WIPO usa le espressioni “industrie culturali”, “industrie creative” e “industrie basate sul copyright” come sinonimi per riferirsi a tutte quelle attività, quei settori e quelle industrie nelle quali il diritto d’autore e la sua protezione giocano un ruolo facilmente identificabile (WIPO, 2003, p.18). È su questi settori, industrie e attività che la WIPO concentra la propria attenzione e i propri sforzi classificatori.

Cardine del modello della WIPO è una concezione della proprietà intellettuale come riscontro oggettivo e manifestazione esteriore della creatività incorporata nei beni e servizi inclusi nella classificazione. In quest’ottica, la variabile strategica “proprietà intellettuale” è considerata come una funzione della quantità di creatività incorporata nei beni e servizi che andranno a comporre il settore delle ICC e, pertanto, in grado di fornire un criterio adeguato per la suddivisione dello stesso nelle sue varie componenti.

La WIPO riconosce l’esistenza di modi diversi per procedere alla ricognizione delle industrie basate sul copyright: un approccio basato sulla disamina della creazione, produzione e distribuzione di opere e prodotti protetti da copyright, e un approccio che descriva queste attività e processi in termini di industrie “core”, industrie interdipendenti, industrie parzialmente basate sul copyright e industrie “non dedicate” di supporto. La classificazione proposta dalla WIPO opta per il secondo approccio, che considera superiore in quanto permette di superare la difficoltà presentate dalla disaggregazione delle attività (WIPO, 2003, p.26).

Così, il modello suddivide le imprese attive nel settore in **quattro classi** seguenti:

- **il nucleo delle industrie basate sul copyright** (*core copyright industries*), ovvero quelle industrie la cui attività è **interamente** volta alla creazione, alla produzione e alla fabbricazione, alla *performance*, alla trasmissione, alla comunicazione e all’esibizione, o – infine – alla distribuzione e alla vendita di opere e contenuti protetti dal diritto d’autore (WIPO, 2003, p.29);
- le **industrie interdipendenti** (*interdependent copyright industries*), ovvero quelle industrie la cui attività concerne la produzione, fabbricazione e vendita di **attrezzatura** interamente o

primariamente riconducibile alla **facilitazione** della creazione, della produzione e dell'uso di opere e contenuti protetti dal diritto d'autore (WIPO, 2003, p.33);

- le **industrie parzialmente basate sul coyright** (*partial copyright industries*), ovvero quelle industrie nelle quali **una porzione** dell'attività riguarda opere e contenuti protetti dal diritto d'autore, e che **potrebbe comportarne** la creazione, la produzione e la fabbricazione, la *performance*, la trasmissione, la comunicazione e l'esibizione, o – infine – la distribuzione e la vendita (WIPO, 2003, p.33);
- le **industrie “non dedicate” di supporto** (*non-dedicated support industries*), ovvero quelle industrie nelle quali **una porzione delle attività** riguarda la **facilitazione** della trasmissione, della comunicazione, della distribuzione o della vendita di opere e contenuti protetti dal diritto d'autore, e la cui attività non sono state incluse nel nucleo delle industrie basate sul copyright (WIPO, 2003, p.36);

Il modello UNESCO (1986, 2009)

Un altro importante contributo al dibattito sulla perimetrazione delle ICC proveniente da un'istituzione internazionale è senza dubbio quello dell'UNESCO. Come visto al capitolo precedente, quest'organizzazione vanta un impegno di lunga durata nel dibattito sulle interazioni tra economia, sviluppo socio-economico e cultura, sebbene in una prospettiva più ampia rispetto a quella oggi prevalente. Eppure, proprio per questa ragione, l'UNESCO e le sue riflessioni hanno svolto un ruolo pionieristico, dato che già nel 1986 – quando il dibattito sulle ICC nella sua forma attuale non aveva ancora visto la luce – l'UNESCO proponeva un proprio primo approccio per la raccolta di informazioni statistiche sulla cultura (UNESCO, 1986). L'autorevolezza di tale approccio è facilmente intuibile dal fatto che, oltre ad aver dato luogo alle successive riflessioni dell'UNESCO prese in esame in questa sezione, esso ha spesso fornito un utile punto di partenza – seppur bisognoso di aggiornamento – alle riflessioni di altri enti, progetti di ricerca e ricercatori (come, ad esempio, LEG-Culture – si veda sopra).

La versione più recente del *framework* UNESCO è del 2009 (UNESCO, 2009). Questa opera un importante aggiornamento rispetto alla versione del 1986 in risposta alla maggiore importanza odierna della cultura, sia come obiettivo di spesa che come risorsa economica, nelle scelte dei decisori delle politiche pubbliche e nel dibattito di politica economica (UNESCO, 2009, pp.13-16). A tal fine, il *framework* muove da **quattro principi guida**:

- **stabilire solide fondamenta concettuali** che catturino l'intera gamma delle espressioni culturali, facendo astrazione delle particolari modalità sociali ed economiche della loro produzione;
- **affrontare l'ampiezza dell'espressione culturale**, ovvero le forme, le pratiche, i prodotti e i processi culturali, considerando le loro nuove forme di produzione e consumo (i.e. le industrie culturali e la componente culturale della proprietà intellettuale) e le pratiche culturali non associate alle industrie culturali (i.e. il patrimonio culturale intangibile);
- laddove possibile, **utilizzare categorie direttamente traducibili nei termini delle classificazioni internazionali esistenti** (come, ad esempio, la *International Standard Industrial Classification* – ISIC – e la *International Standard Classification of Occupations* – ISCO);
- fornire assistenza ai diversi paesi nello sviluppo di propri *framework* sensibili alla dimensione locale ma con punti di riferimento comuni, ai fini del confronto internazionale e del *benchmarking* (UNESCO, 2009, p.16).

Inoltre, il *framework* UNESCO intende proporre un **modello atto a superare alcune delle opposizioni e dicotomie che riemergono regolarmente** nel dibattito sulle politiche culturali e a sostegno delle ICC, e in particolare: il conflitto tra la dimensione culturale e le dimensioni economica e sociale; il conflitto tra i sostenitori di modalità di finanziamento e *governance* private e i sostenitori di modalità di finanziamento e *governance* pubbliche; e la polemica circa il grado di istituzionalizzazione della produzione culturale. In risposta a ciascuna di queste questioni, rispettivamente, il *framework* UNESCO:

- si basa sulla comprensione di come i significati culturali vengono creati e trasmessi, e del loro radicamento in processi economici e sociali più ampi;
- rimane agnostico circa i meccanismi di finanziamento e le modalità di *governance*, ponendo invece l'enfasi sulle relazioni, le connessioni e gli scambi trasversali ai settori pubblico, privato e non-profit;
- riconosce come la produzione e la distribuzione di cultura avvengano sia nel settore formale che nel settore informale dell'economia (UNESCO, 2009, p.17).

Tutto ciò al fine di dar conto accuratamente dell'intero ciclo culturale, ovvero dell'insieme di fasi e processi alla base di creazione, produzione, disseminazione, trasmissione/esibizione/ricezione e consumo/partecipazione, per tracciare la totalità delle attività e delle risorse necessarie affinché le idee possano trasformarsi in beni e servizi culturali e, così, giungere ai consumatori, ai partecipanti o agli utilizzatori finali (UNESCO, 2009, pp.19-21).

Per identificare l'ampiezza del settore culturale e fornire indicazioni circa la sua struttura gerarchica, il *framework* UNESCO individua **6 domini culturali, 2 domini connessi e 4 domini trasversali** (UNESCO, 2009, pp. 22-23) (Fig. 11). Infatti, a differenza della versione del 1986, il *framework* del 2009 si basa su una definizione di dominio culturale che presuppone una distinzione gerarchica tra domini culturali e domini connessi: se i domini culturali includono le attività, i beni e i servizi culturali coinvolti in tutte le diverse fasi del ciclo culturale, i domini connessi sono invece legati ad una definizione più ampia di cultura, che include anche le attività sociali e ricreative. I domini sono mutualmente esclusivi, pertanto un'attività, bene o servizio potrà appartenere solamente ad uno di essi. Per contro, a differenza di quanto avveniva nella versione del 1986 (che lo ricomprendeva sotto la categoria dei servizi di comunità), il patrimonio culturale intangibile è, nel *framework* del 2009, un dominio trasversale, così come lo sono l'educazione e la formazione, le attività di archiviazione e conservazione, e la fornitura di attrezzature e materiali di supporto. La trasversalità del patrimonio culturale intangibile deriva dal suo essere eminentemente culturale, mentre la trasversalità degli altri tre domini deriva dal loro ruolo chiave nel ciclo della cultura per quanto attiene alla produzione e alla trasmissione, e dalla loro applicabilità a tutti i domini culturali e connessi (UNESCO, 2009, pp.23, 28).

I sei domini culturali sono i seguenti:

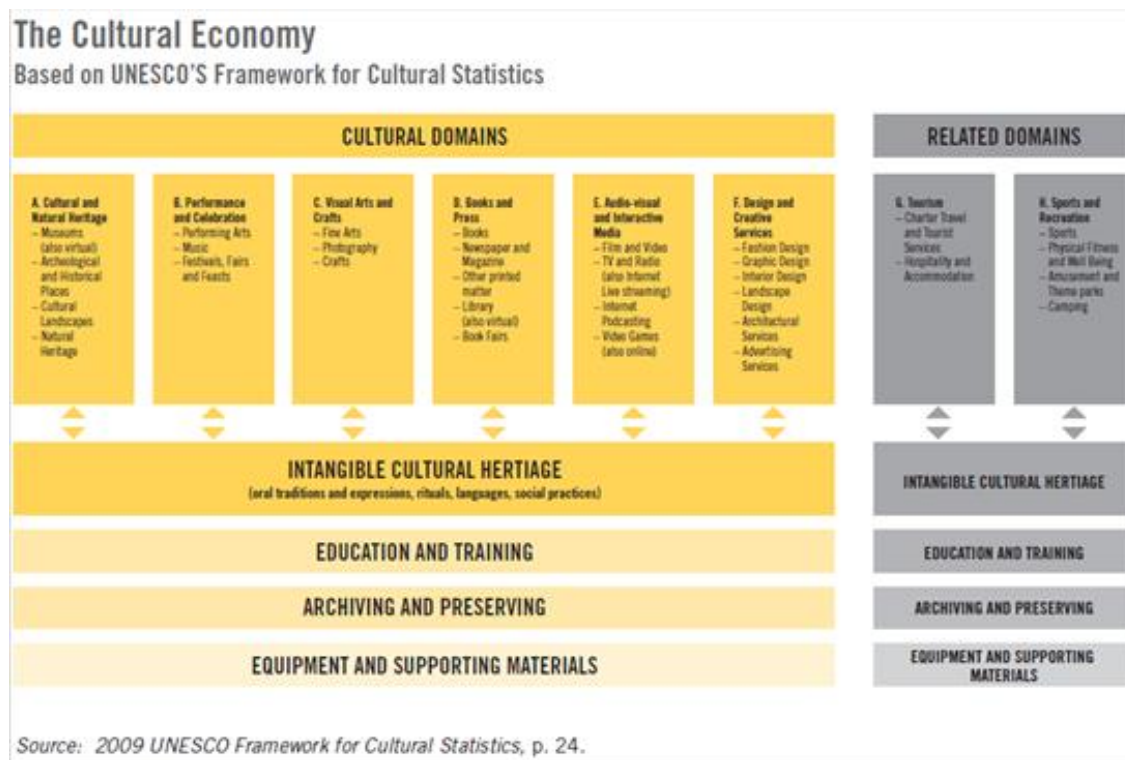
1. **Patrimonio culturale e naturale:** musei, luoghi archeologici e storici (compresi i siti archeologici e gli edifici), paesaggi culturali e patrimonio naturale;
2. **Spettacoli ed eventi:** comprendono l'intera gamma delle manifestazioni culturali dal vivo, quali le arti performative (teatro, danza, opera e teatro di figura; celebrazioni locali, festival e sagre) e la musica nella sua interezza (spettacoli dal vivo, composizione, registrazioni musicali, musica digitale e strumenti musicali);

3. **Arti visive e artigianato:** belle arti (dipinti, disegni, sculture, artigianato e fotografia) e i luoghi commerciali dove sono esposti gli oggetti (gallerie);
4. **Libri e stampa:** l'editoria in tutte le sue forme (libri, giornali e periodici);
5. **Audiovisivi e media interattivi:** trasmissioni radiotelevisive (compreso l'*internet live streaming*), film e video, e media interattivi (videogiochi e nuove forme di espressione culturale mediata dal web e/o dai computer);
6. **Design e servizi creativi:** attività, beni e servizi derivanti dal design creativo, artistico ed estetico di oggetti, edifici e paesaggi (moda, grafica e interior design, design del paesaggio, architettura e servizi di pubblicità).

Questi domini costituiscono l'insieme minimo di domini culturali fondamentali per i quali l'UNESCO incoraggia la raccolta dati a fini comparativi. I domini connessi, invece, sono i seguenti: **turismo; sport e tempo libero**. Il loro contenuto culturale è solamente indiretto, poiché si tratta di domini le cui attività sono correlate (e non, invece, integrate in maniera organica e strutturata) alle attività dei sei domini culturali. Infine, vi sono i domini trasversali elencati sopra: il **patrimonio culturale immateriale** – che comprende le pratiche, rappresentazioni, espressioni, conoscenze e abilità che le comunità, i gruppi e, in alcuni casi, gli individui riconoscono come parte del loro patrimonio culturale – e **l'istruzione e la formazione, l'archiviazione e la conservazione**, e le **attrezzature e i materiali di supporto**. Inoltre, tutte le attività comprese in ogni dominio possono essere analizzate e scomposte tramite il filtro delle cinque funzioni del ciclo culturale elencate sopra: creazione, produzione, disseminazione, trasmissione/esibizione/ricezione e consumo/partecipazione.

Un altro aspetto distintivo del *framework* UNESCO è la sua considerazione del contesto ambientale, naturale e paesaggistico come parte integrante del settore culturale.

Figura 11. Il modello UNESCO



Il modello UNCTAD (2010)

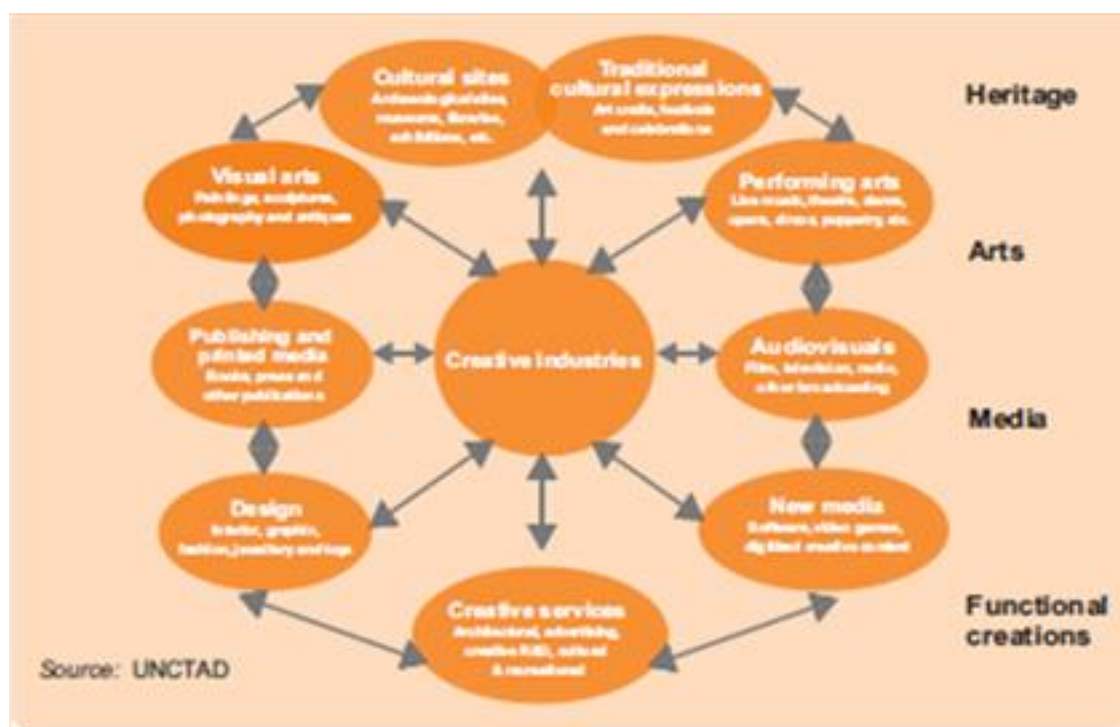
Un approccio di più ampio respiro (se non, come si vedrà in questa sezione, interamente capovolto) rispetto al *framework* dell'UNESCO è invece quello proposto dalla Conferenza delle Nazioni Unite sul Commercio e lo Sviluppo (United Nations Conference on Trade and Development – UNCTAD) (UNCTAD, 2010). Seppur conscia delle differenze terminologiche esistenti nel dibattito accademico e di politica economica (recensito in UNCTAD, 2010, pp.1-7), l'UNCTAD adotta la locuzione “industrie creative”, definendo le stesse come l'insieme dei ‘cicli di creazione, produzione e distribuzione di beni e servizi che usano la creatività e il capitale intellettuale come input primari’. In quanto tali, le industrie creative ‘costituiscono un insieme di attività basate sulla conoscenza, concentrate – seppure in maniera non esclusiva – sulle arti, con il potenziale di generare redditi dal commercio e dai diritti di proprietà intellettuale’. Pertanto, per l'UNCTAD le industrie creative ‘comprendono prodotti tangibili e servizi intellettuali o artistici intangibili, valori economici e obiettivi di mercato ... all'incrocio tra l'artigianato, i servizi e il settore industriale’. Così, per l'UNCTAD, una ragione importante per interessarsi alle industrie creative risiede nel fatto che esse ‘costituiscono un nuovo dinamico settore del commercio internazionale’ (UNCTAD, 2010, p.8).

Cardine dell'approccio dell'UNCTAD alle ICC è l'ampliamento del concetto di “creatività”, per il quale questa non andrebbe più intesa come esclusivamente legata ad attività con una forte caratterizzazione artistica, ma come ‘qualsiasi attività economica che produce prodotti simbolici fortemente dipendenti dalla proprietà intellettuale e per il più ampio mercato possibile’ (UNCTAD, 2004; UNCTAD, 2010, p.7). Non è difficile rinvenire in tale ampliamento del concetto di creatività l'eco del mutamento più generale per il quale la creatività si è affermata, nel corso degli ultimi decenni del secolo scorso, come valore sociale imprescindibile e risorsa economica strategica – si veda il capitolo precedente. Sulla scorta di questa rinnovata concezione della creatività, l'UNCTAD opera una distinzione all'interno del processo creativo tra “attività a monte” (attività culturali tradizionali, come le arti dello

spettacolo o le arti visive) e “attività a valle” (attività molto più vicine al mercato, come la pubblicità, l’editoria o le attività mediatiche ad esse connesse), individuando l’origine del valore commerciale generato del secondo gruppo nei bassi costi di riproduzione e la facilità di trasferimento ad altri domini economici. Pertanto, dati questo modello e questa gerarchia, l’UNCTAD identifica le industrie culturali come un sottoinsieme delle industrie creative (UNCTAD, 2010, p.7).

Così, per l’UNCTAD, le industrie creative rappresentano un “territorio” vasto, che emerge dall’interazione di vari settori (Fig. 12). Questi spaziano dalle attività fortemente radicate nelle conoscenze tradizionali e nel patrimonio culturale (come ad esempio l’artigianato) ad attività caratterizzate dall’ingente ricorso a tecnologie di punta e prettamente orientate verso i servizi (come il settore audiovisivo o dei nuovi media). Per mappare questo territorio, la classificazione delle industrie creative fornita dall’UNCTAD ricorre ad una suddivisione del settore nei **quattro** grandi **gruppi** seguenti: 1) **Patrimonio culturale**; 2) **Arti**; 3) **Media**; 4) **Creazioni funzionali**. Questi gruppi sono a loro volta divisi in sottogruppi.

Figura 12. Il modello UNCTAD



Fonte: UNDP/UNCTAD (2010). Creative Economy Report 2010: Creative Economy: A Feasible Development Option. New York: UN. (p. 8) – UNCTAD Classification of Creative Industries.

Patrimonio culturale: questo è identificato dall’UNCTAD come all’origine di tutte le forme d’arte e, pertanto, vera e propria anima delle ICC. Per l’UNCTAD, esso riunisce tutti gli aspetti culturali (dal punto di vista storico, antropologico, etnico, estetico e sociale), influenzando la creatività e dando origine ad una serie di beni e servizi del patrimonio e di attività culturali. Vero e proprio punto di partenza della classificazione dell’UNCTAD, questo gruppo è diviso in due sottogruppi: 1) le **espressioni culturali tradizionali** (come l’artigianato artistico, i festival e le celebrazioni); e 2) i **siti culturali** (come i siti archeologici, i musei, le biblioteche, le mostre, etc.).

Arti: per l'UNCTAD, questo gruppo comprende tutte e solo quelle industrie creative basate esclusivamente su arte e cultura. In quest'ottica, la creazione artistica è intesa come ispirata dal patrimonio culturale, così come dai valori identitari e dai significati simbolici che esso racchiude. Questo gruppo è a sua volta suddiviso in due grandi sottogruppi: 3) le **arti visive** (come la pittura, la scultura, la fotografia e l'antiquariato); e 4) le **arti dello spettacolo** (come la musica dal vivo, il teatro, la danza, l'opera e il circo).

Media: questo gruppo comprende quei media che producono contenuti creativi con lo scopo di comunicare con il grande pubblico e, in quanto tale, comprende due sottogruppi: 5) l'**editoria e la carta stampata** (libri, stampa e altre pubblicazioni); e 6) gli **audiovisivi** (film, televisione, radio e altre emittenti). Per quanto riguarda i nuovi media, invece, l'UNCTAD li classifica separatamente come sottocategoria del prossimo gruppo.

Creazioni funzionali: questo gruppo comprende tutte le industrie guidate dalla domanda che creano beni e servizi con finalità funzionali. Esso è suddiviso nei seguenti sottogruppi: 7) il **design** (interior design, grafica, moda, gioielli, giocattoli); 8) i **nuovi media** (software, videogames, contenuti creative digitali); e, infine, 9) i **servizi creativi** (architettura, pubblicità, ricerca creativa e sviluppo, servizi digitali e creativi affini).

Due tipi di attività rimangono però di difficile collocazione in questo modello: le attività di ricerca e sviluppo (R&S), e le attività sportive. Per quanto attiene al primo insieme di attività, l'approccio dell'UNCTAD riconosce la creatività e la conoscenza come parte integrante sia dell'attività artistica sia di quella scientifica (UNCTAD, 2010, p.9). Pertanto, sebbene questo non sia chiaramente affermato dall'UNCTAD, si potrebbe dedurre da quest'indicazione che questo tipo di attività abbia natura trasversale rispetto ai settori identificati e descritti sopra. Per quanto attiene alle attività sportive e al loro ruolo nell'economia creativa, invece, l'UNCTAD riconosce le ragioni pratiche e metodologiche che portano molte classificazioni delle industrie creative a ricomprendere lo sport. Queste derivano dal fatto che, spesso, i ministeri della cultura hanno anche competenze in materia sportiva, dal fatto che lo sport è un'importante fonte di reddito e un'attività che genera importanti esternalità in altri settori dell'economia (come il turismo, per esempio) e, infine, dal fatto che nella contabilità nazionale le attività sportive si trovano spesso aggregate alle attività ricreative e riguardanti il tempo libero in senso più ampio. Ciò nonostante, dato il punto di vista concettuale adottato dall'UNCTAD nella propria classificazione, questa vede lo sport come strettamente connesso alle attività di formazione, alla regolamentazione e alla competizione. Pertanto, l'UNCTAD non ritiene coerente ricomprendere le attività sportive nella propria classificazione delle industrie creative (UNCTAD, 2010, p.9).

Il modello di Americans for the Arts (2005)

Spesso, la classificazione delle ICC ha precise finalità di difesa e promozione degli interessi del settore, così come portati avanti da associazioni e fondazioni che danno rappresentanza ai suoi operatori. Esempio emblematico a livello internazionale di questa categoria (nei pregi e, forse soprattutto, nei limiti) è quello dell'organizzazione *Americans for the Arts*. Questa è la maggiore non-profit statunitense, nata nel 1996 ed allargatasi nel 2005, con il preciso scopo di promuovere le arti e l'educazione artistica negli Stati Uniti. Date queste finalità, essa ha elaborato un proprio (semplice) modello con l'intento di dimostrare l'importanza economica delle arti negli Stati Uniti e, in particolare, nelle economie regionali e locali di ciascuno stato. Così, essa raccoglie e fornisce dati aggiornati sulle ICC per ogni stato dell'Unione (si vedano i diversi report, consultabili stato per stato, al link seguente: <http://www.americansforthearts.org/by-program/reports-and-data/research-studies-publications/creative-industries/view-the-reports>).

Il modello proposto da *Americans for the Arts* parte dall'individuazione di un settore di aziende connesse alla produzione e distribuzione di prodotti dell'attività artistica – definiti “*arts-centric businesses*” – che comprende le attività relative a: pubblicità; architettura; scuole d'arte e servizi per la cultura; design; film; musei e zoo; musica; arti dello spettacolo; editoria; televisione e radio; arti visive (Americans for the Arts, 2005).

Il modello di Valentino per Civita (2012)

Più interessante ed elaborato, invece, il modello sviluppato da Valentino (2012a) assieme ai ricercatori di Civita, associazione nata per contrastare il degrado dell'antico borgo dell'Alto Lazio di Civita di Bagnoregio e che ha poi ampliato i propri interventi alla tutela e alla valorizzazione del patrimonio culturale e ambientale italiano nel suo insieme. L'obiettivo dell'indagine e del modello sviluppato da Valentino e Civita è triplice: a) fornire un quadro chiaro ‘delle attività economiche connesse alla produzione o all'uso della cultura e della creatività in Italia’; b) ‘misurare la loro dimensione’ e i loro ‘impatti economici’, anche ai fini del ‘confronto con gli altri Paesi europei’; e c) ‘descrivere la loro distribuzione’ territoriale, ponendo in evidenza i cambiamenti più recenti e rilevanti (Valentino, 2012c, p.29).

L'*Indagine Civita* e il modello che la sottende si distinguono dalle altre indagini sullo stesso tema in Italia e in Europa (così come dai modelli finora illustrati) per due ragioni fondamentali. Queste riguardano i confini (particolarmente restrittivi) attribuiti al settore delle ICC – in termini concettuali e pratici – così come la fonte dei dati utilizzati e, conseguentemente, il fulcro dell'analisi empirica. In primo luogo (e a livello teorico), diversamente dalle altre indagini sul tema, l'*Indagine Civita* include ‘prevalentemente le *produzioni immateriali* e non i processi produttivi in cui queste si *oggettivizzano*’, tranne dove tale ‘separazione sia impossibile’ (Valentino, 2012c, p.80) – ovvero solo quelle attività nelle quali *cultura e creatività sono indistinguibili dal prodotto*. Ciò implica, per esempio, l'inclusione del cinema e l'esclusione del settore dell'abbigliamento, in quanto, nel secondo caso, non è possibile ‘separare le produzioni dove la “creatività” esercita un ruolo rilevante da quelle della routine e delle imitazioni’ (Valentino, 2012b, p.25). Peraltro, tale delimitazione dei confini del settore delle ICC implica anche l'esclusione dal campo d'indagine di quei settori collegati alla “cultura materiale” (come, ad esempio, l'enogastronomia), e questo in base alla stessa ‘ottica funzionale’ appena delineata. In secondo luogo, l'*Indagine Civita* è basata su dati tratti dall'*Archivio Statistico delle Imprese Attive* (ASIA Unità locali) dell'ISTAT. Questo ‘registra specificamente l'occupazione delle imprese e delle unità locali’ aventi ‘*natura giuridica privata* (società commerciali o di persona)’. Sebbene l'*Indagine* abbia tentato di stimare anche il ruolo del settore pubblico, *priorità analitica* è stata *attribuita all'analisi dal lato dell'offerta del settore privato*. Pertanto, ‘gran parte delle indagini e delle considerazioni effettuate’ nell'ambito dell'*Indagine* ‘riguardano il settore privato’ delle ICC, così come ‘la sua struttura, le sue dinamiche, [e] le sue localizzazioni’ (Valentino, 2012b, p.25).

Sulla scorta di questi criteri e dei confini settoriali così ridefiniti, l'*Indagine Civita* propone una riclassificazione delle attività ‘in sintonia con l'Unione Europea ma’ conforme ad ‘una delimitazione più restrittiva’ dei confini del settore (Valentino, 2012c, p.30). Questo sforzo di riclassificazione muove da una doppia insoddisfazione: l'insoddisfazione verso ‘le definizioni’ fornite ‘dagli esperti’ – spesso carenti ‘di “rigore” quando non “inconsistenti e confuse” – e l'insoddisfazione verso le tassonomie proposte da istituzioni internazionali, di settore e statistiche – ‘troppo ampie e poco selettive’ (p.30). Pertanto, rispetto ai confini settoriali identificati da molte istituzioni internazionali, il perimetro del settore delle ICC identificato dall'*Indagine Civita* si distingue per l'**esclusione**:

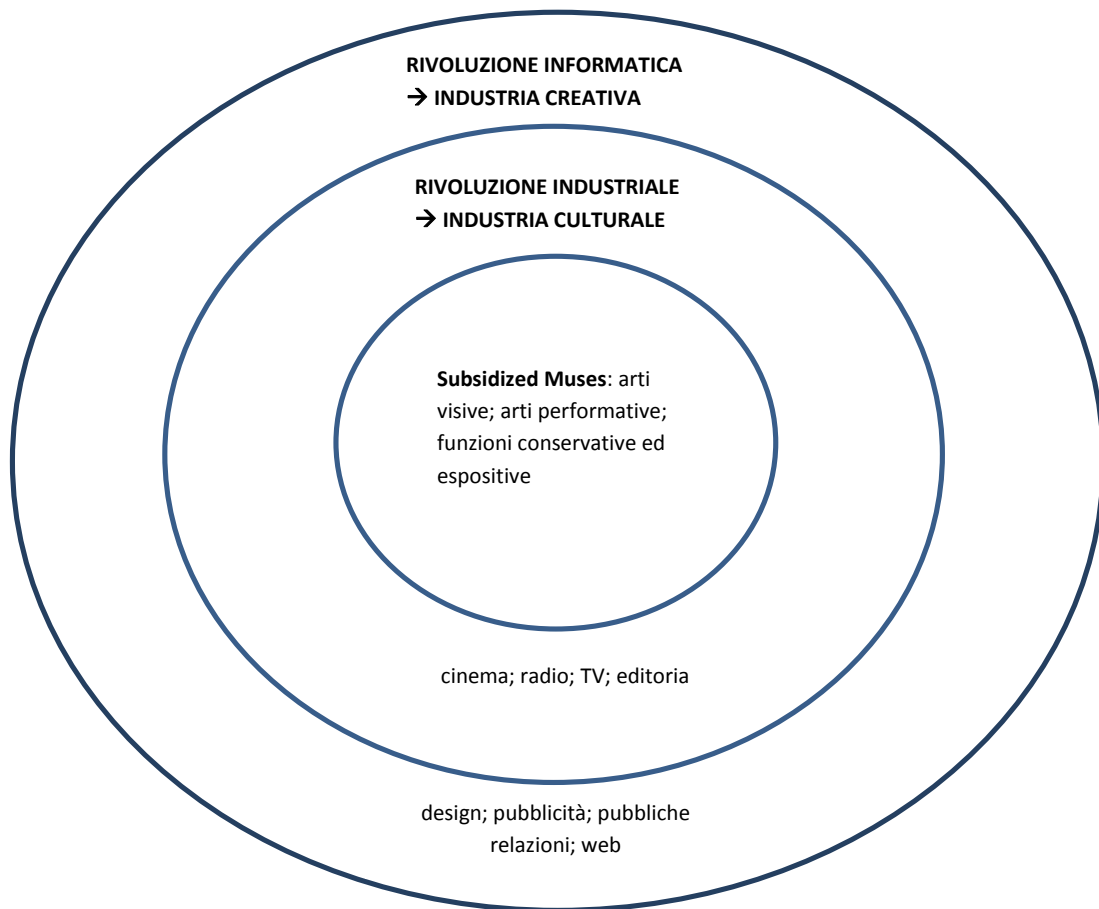
- delle attività sportive;

- delle ‘produzioni di merci che servono in modo *strumentale*’ alle ICC ‘(per esempio, la produzione di strumenti musicali o macchine fotocopiatrici) o usano in modo *funzionale*, come loro *input*, i prodotti’ delle ICC ‘ma solo in poche imprese apicali e difficilmente distinguibili dalle altre’ (industria dell’abbigliamento, produzione di giocattoli, enogastronomia, artigianato, e ‘tutti quei comparti dove, sulla base delle informazioni disponibili’, è impossibile ‘separare le imprese che incorporano cultura materiale o creatività dalle altre’);¹²
- delle attività formative per il settore culturale;
- delle attività di commercio specifiche per il settore delle ICC (p.30).

Così, l’*Indagine* propone una rappresentazione del settore delle ICC organizzata in **tre cerchi concentrici**, a loro volta suddivisi in **quattro grandi comparti** le cui attività sono individuate facendo ricorso ad una pluralità di criteri (Valentino, 2012c, p.80) (Fig. 13 e 14). Riformulando il modello di Throsby (2001), la rappresentazione settoriale dell’*Indagine Civita* rende esplicita la concezione del ruolo dei mutamenti tecnologici nell’influenzare le attività di natura culturale e creativa (insieme alle nozioni stesse di cultura e creatività) insita in molti approcci alla modellizzazione del settore. Infatti, l’innovazione e il cambiamento tecnologico – i cui benefici si diffondono “a casacata” – comportano profonde modifiche nelle tecniche di produzione, riproduzione e diffusione, permettono la realizzazione di nuovi prodotti e modalità organizzative, ed ampliano le potenzialità di mercato di beni e servizi (Valentino, 2012c). Pertanto, le ‘nuove attività di natura culturale’ e ‘creativa che possono essere offerte tramite il mercato’ sono viste, nell’ambito dell’*Indagine Civita*, come ‘effetto delle due grandi rivoluzioni tecnologiche della “modernità”: la rivoluzione industriale prima e quella informatica poi’ (Valentino, 2012c, p.57).

¹² Finalità precisa di questa scelta è di non incorrere nella critica per la quale “tutte le industrie sono culturali” – si veda Mato, 2009. Infatti, come precisa Valentino, qualora si considerasse ‘l’industria di calzature come industria “creativa”’, allora, per lo stesso principio, sarebbe doveroso ‘includere’ tra le ICC anche l’industria ‘delle automobili o dei mobili o degli elettrodomestici e, alla fine, la quasi totalità del settore manifatturiero’ (Valentino, 2012c, p.80).

Figura 13. Il modello di Valentino



Fonte: riadattamento da Valentino, 2012c (Fig.1.1, p.87, riadattata alla luce delle pp.30-31 e 82-83)

Nel **primo cerchio** si concentrano quelle che, secondo la fortunata espressione di Netzer (1978), sono identificate come le *subsidized muses* – ovvero l’insieme di quelle ‘attività culturali più “antiche”’, la cui realizzazione assume ancora oggi ‘forme sostanzialmente precapitalistiche’. Vero e proprio nucleo dell’intero settore delle ICC, tali attività possono considerarsi “storicamente” stabil[i]’. Infatti, esse mantengono intatta nel tempo una loro identità, riconoscibile nonostante ‘il cambiamento nelle forme’ estetiche ‘e nei materiali’ impiegati (Valentino, 2013a, p.282). Il comparto è a sua volta suddiviso in due sotto-insiemi: *Arti visive* e *Beni culturali*. Questi sono accomunati dal ‘criterio forte’ della ‘*scarsa o nulla redditività*’, dato che le attività che li compongono non hanno il profitto come contropartita e, pertanto, non sono realizzate tramite meccanismi di mercato. Per contro, la principale differenza tra le attività del primo e del secondo sotto-insieme risiede nel fatto che le attività di conservazione e valorizzazione, proprie dei *Beni culturali*, contribuiscono alla produzione di valori simbolici solo in maniera indiretta, il che comporta che la proprietà intellettuale non giochi per i *Beni culturali* il ruolo cruciale che invece gioca per le *Arti visive* (Valentino, 2012c, p.81).

Il **secondo cerchio**, invece, raggruppa ‘le attività nate con la rivoluzione industriale di fine ‘800’ (Valentino, 2013a, p.282), le quali hanno potuto svilupparsi grazie alle nuove possibilità tecnologiche che, per la prima volta nella storia, hanno reso tecnicamente possibile la riproducibilità dell’opera d’arte (Benjamin, 2014) – si pensi a ‘cinema, radio, TV, fotografia, editoria, riproduzione’ e via dicendo (Valentino, 2013a, p.282). Le attività localizzate in questo cerchio sono caratterizzate dalla presenza di

‘*elevati costi fissi* di produzione e *bassi costi marginali* di riproduzione e distribuzione’. Ciò ha effetti rilevanti sul modello produttivo e organizzativo proprio a queste attività: infatti, gli ‘elevati “costi di prima copia” spingono al perseguimento di economie di scala, alla “massimizzazione” del numero dei consumatori e alla concentrazione verticale e orizzontale’ – fenomeni e processi tipici della razionalizzazione capitalistica della produzione (Valentino, 2013a, p.282). Eppure, nonostante il ricorso a tecniche di produzione di tipo fordista, le attività nel secondo cerchio del modello di Valentino per Civita si differenziano dall’industria culturale così come identificata da Horkheimer e Adorno (2010), ‘in quanto, per’ coerenza ‘con la delimitazione data dalla UE’ (ESS-Culture), sono stati inclusi prodotti e attività nati con la ‘rivoluzione informatica’ – edizione di giochi per computer e ‘tutta la parte relativa all’editoria elettronica che non può essere’ statisticamente disaggregata ‘dalla editoria tradizionale’ (Valentino, 2012c, p.81). Rispetto alle attività del primo cerchio, le attività del secondo cerchio si distinguono per: la forma capitalistica della produzione e l’organizzazione di tipo fordista; la loro redditività generalmente positiva; e l’affievolimento del ‘criterio dei valori simbolici ... in quanto non tutte le attività comprese nel settore sono potenzialmente in grado di soddisfare bisogni’ di tale ‘natura’ (Valentino, 2012c, p.81).

Infine, il **terzo cerchio** comprende ‘le attività nate con la rivoluzione informatica’ e la società dell’informazione, le quali comportano cambiamenti importanti ‘non solo’ per quanto attiene al ‘*medium* ma anche’ per quanto attiene al ‘contenuto delle attività culturali e creative’. Il fulcro delle attività appartenenti a questo cerchio è costituito dalla comunicazione, così come dalla produzione e la diffusione dell’informazione. Rispetto alle attività del secondo cerchio, quelle del terzo sono caratterizzate da costi fissi di produzione ridotti e costi di distribuzione tendenzialmente crescenti. Ciò porta queste attività a prediligere modelli organizzativi improntati alla concentrazione orizzontale piuttosto che a quella verticale – si pensi, per esempio, ai modelli organizzativi di Google o Amazon (Valentino, 2013a, p.282). Inoltre, è importante rilevare la natura composita delle attività raggruppate in questo cerchio. Ciò è dovuto al fatto che l’*Indagine Civita*, per coerenza con ‘le indicazioni del *Libro verde* della UE [(EU, 2010)]’ sulle ICC, ha voluto attribuire ‘un forte peso al criterio della funzionalità’, inserendo dunque nel terzo cerchio ‘le attività prevalentemente destinate al consumo intermedio, come l’architettura e il design, che integrano elementi creativi in processi più ampi’ (Valentino, 2012c, p.82).

Il modello di Valentino per Civita ha un ovvio punto di partenza nel modello a cerchi concentrici di Throsby (2001), così come nei tentativi di Throsby (2008a, 2008b) di costruire un modello generale delle ICC fondato su un minimo comun denominatore tra gli approcci più importanti e influenti recensiti in queste pagine. Come nel modello di Throsby, anche il modello di Valentino per Civita si fonda sull’idea che ogni cerchio intrattenga relazioni di fertilizzazione bidirezionali e di natura osmotica con gli altri due. Pertanto, il modello assume che il primo cerchio (i.e. le *subsidized muses*) dia, almeno inizialmente, ‘linfa alle nuove attività culturali e creative che via via si presentano’. Inoltre, dato che la fertilizzazione tra cerchi avviene per via osmotica, i confini tra i cerchi vanno intesi come ‘costituiti da membrane permeabili che trasferiscono da una classe all’altra, e in entrambe le direzioni, innovazioni e sperimentazioni’. Spostandosi progressivamente dal cerchio centrale attraverso i cerchi via via più periferici ‘si riducono sia il contenuto di creatività che quello di valori simbolici e comunicativi’ (Valentino, 2013a, p.282). Per contro, collassando i differenti cerchi in uno, *industria creativa*, l’analisi si impoverisce e l’interpretazione dei fenomeni ne risente’ (Valentino, 2012c, p.88). Naturalmente, il passaggio dal piano astratto del modello a quello, pratico, della sua applicazione empirica ha comportato aggiustamenti e approssimazioni dovuti al fatto che ‘i dati quantitativi disponibili non’ sempre ‘permettono di assegnare ad ogni cerchio le attività’ attribuite dal ‘modello’ (Valentino, 2013a, p.283). La distanza tra la Fig. 13 e la tabella rappresentata in Fig. 14 registra questo scarto tra il piano teorico e il piano pratico, dove le attività indicate in Fig. 13 sono quelle che sono poi state attribuite ad ogni cerchio nell’indagine empirica. Da questo scarto è facile intuire tutta la difficoltà insita nel tentativo di definire a priori le ICC.

Figure 1. Il modello di Valentino per Civita

CERCHIO	GRUPPO	CRITERI	ATTIVITÀ
<u>Subsidized Muses</u>	Beni culturali	Conservazione e diffusione valori simbolici; Tecniche artigianali di produzione; Destinazione: consumo finale; Redditività scarsa o nulla (<i>not for profit</i>).	Attività e gestione di biblioteche e archivi; Attività e gestione di musei; Attività e gestione di luoghi e monumenti storici ed attrazioni simili.
	Arti visive	Produzione valori simbolici; Tecniche artigianali di produzione; Proprietà intellettuale; Destinazione: consumo finale; Redditività scarsa o nulla (<i>not for profit</i>).	Rappresentazioni artistiche; Attività di supporto alle rappresentazioni artistiche; Gestione di strutture artistiche; Creazioni artistiche e letterarie.
<u>Industria Culturale</u>	Editoria Radio TV Cinema	Produzione valori simbolici (nella gran parte delle attività); Tecniche industriali di produzione; Proprietà intellettuale; Destinazione: consumo finale; Redditività positiva (<i>for profit</i>).	Produzione, post-produzione e distribuzione di prodotti cinematografici, video e televisivi; Proiezione cinematografica; Trasmissioni radiofoniche; Programmazione trasmissioni televisive; Fotografia; Edizione di giochi per computer; Registrazione sonora ed editoria musicale; Edizione di libri e quotidiani; Edizione di riviste e periodici; Attività delle agenzie di stampa.
<u>Industria Creativa</u>	Design Portali Web Pubblicità Pubbliche Relazioni	Produzione valori simbolici (nella gran parte delle attività); Tecniche artigianali e/o industriali di produzione; Proprietà intellettuale; Destinazione: consumo intermedio (funzionale ad alte produzioni); Redditività positiva (<i>for profit</i>).	Attività di studi di architettura; Progettazione portali web; Pubbliche relazioni e comunicazione; Agenzie pubblicitarie; Attività di design specializzato.

Fonte: riadattamento da Valentino, 2013a (p.283, Tab. 1) e Valentino, 2012c (pp.82-83, Tab. 1.1)

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Adorno, T. (1991), *The Culture Industry. Selected Essays on Mass Culture*, London: Routledge;
- Americans for the Arts (2005), *Creative industries 2005: The Congressional Report*, Washington DC: Americans for the Arts;
- Amin, A. (Ed.) (1994), *Post-Fordism. A Reader*, Oxford: Wiley-Blackwell;
- Baumol, W., Bowen, W. (1965), 'On Performing Arts: Anatomy of their Economic Problems', *American Economic Review*, **55**(1/2): 495-502;
- Baumol, W., Bowen, W. (1966), *Performing Arts. The Economic Dilemma*, New York: Twentieth Century Fund;
- Beaud, M. (2010), *Histoire du capitalisme. 1500-2010*, Paris: Seuil;
- Becattini, G. (1998), *Distretti industriali e Made in Italy. Le basi socioculturali del nostro sviluppo economico*, Torino: Bollati Boringhieri;
- Becattini, G. (2000), *Dal distretto industriale allo sviluppo locale. Svolgimento e difesa di una idea*, Torino: Bollati Boringhieri;
- Belfiore, E. (2002), 'Art as a means of alleviating social exclusion: Does it really work? A critique of instrumental cultural policies and social impact studies in the UK', *International Journal of Cultural Policy*, **8**(1): 91-106;
- Belfiore, E. (2003), 'Economic Impacts: Inconclusive Evidence', *ArtsProfessional*, **43**, 10 February;
- Belfiore, E. (2012), "'Defensive instrumentalism" and the legacy of New Labour's cultural policies', *Cultural Trends*, **21**(2): 103-111;
- Belfiore, E. (2015), "'Impact", "value" and "bad economics": Making sense of the problem of value in the arts and humanities', *Arts & Humanities in Higher Education*, **14**(1): 95-110;
- Benjamin, W. (2014), *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Torino: Einaudi [1966];
- BES (2014), *Il benessere equo e sostenibile in Italia*, Roma: Istituto Nazionale di Statistica, Roma: ISTAT (http://www.istat.it/it/files/2014/06/Rapporto_Bes_2014.pdf);
- Bianchini, F., Parkinson, M. (1993), *Cultural Policy and Urban Regeneration. The West European Experience*, Manchester: Manchester University Press;
- Bilton, C., Leary, R. (2002), 'What can managers do for creativity? Brokering creativity in the creative industries', *International Journal of Cultural Policy*, **8**(1): 49-64;
- Boggs, J. (2009), 'Cultural Industries and the Creative Economy – Vague but Useful Concepts', *Geography Compass*, **3**(4): 1483-1498;

- Bologna, S. (1992), 'Problematiche del lavoro autonomo in Italia (i)', *Altreragioni*, **1**: 10–27;
- Bologna, S (1997a), 'Dieci tesi per la definizione di uno statuto del lavoro autonomo', in Bologna, Fumagalli (1997);
- Bologna, S (1997b), 'Per un'antropologia del lavoratore autonomo', in Bologna and Fumagalli 1997;
- Bologna, S., Fumagalli, A. (1997), *Il lavoro autonomo di seconda generazione. Scenari del postfordismo in Italia*, Milano: Feltrinelli;
- Boltanski, L., Chiapello, E. (1999), *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris : Gallimard;
- Bradford, G., Gary, M., Wallach, G. (2000), *The Politics of Culture*, New York: The New Press;
- Chandler, A. D. (1977), *The Visible Hand. The Managerial Revolution in American Business*, Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press;
- Chandler, A. D. (1990), *Scale and Scope. The Dynamics of Industrial Capitalism*, Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press;
- CITF (Creative Industries Task Force) (1998), *Creative Industries Mapping Document*, London: Department for Culture, Media and Sport;
- CITF (2001), *Creative Industries Mapping Document 2001*, London: Department for Culture, Media and Sport;
- Coriat, B., Orsi, F. (2002), 'Establishing a New Intellectual Property Rights Regime in the United States. Origins, Content and Problems', *Research Policy*, **31**(8-9): 1491-1507;
- Eisenberg C., Gerlach R., Handke, C. (Eds.) (2006), *Cultural Industries: The British Experience in International Perspective*, Berlin: Humboldt University (<http://edoc.hu-berlin.de/conferences/culturalindustries/proc/culturalindustries.pdf>);
- ESSnet-Culture (European Statistical System Network on Culture) (2012), *Final Report*, Luxembourg: ESSnet-Culture and Eurostat;
- EU (2010), GREEN PAPER. *Unlocking the potential of cultural and creative industries*, Brussels, 27.4.2010 COM(2010) 183 final (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1433318086120&uri=CELEX:52010DC0183>)
- Flew, T. (2011), *The Creative Industries. Culture and Policy*, London: Sage;
- Florida, R. (2002), *The Rise of the Creative Class*, New York: Basic Books;
- Florida, R. (2013), 'More Losers Than Winners in America's New Economic Geography', *The Atlantic CityLab* (<http://www.citylab.com/work/2013/01/more-losers-winners-americas-new-economic-geography/4465/>);
- Galloway, S., Dunlop, S. (2007), 'A Critique of Definitions of the Cultural and Creative Industries in Public Policy', *International Journal of Cultural Policy*, **13**(1): 17-31;

- Garnham, N. (1990), *Capitalism and Communication. Global Culture and the Economics of Information*, London: Sage;
- Garnham, N. (2005), 'From Cultural to creative industries. An analysis of the implications of the "creative industries" approach to arts and media policy making in the United Kingdom', *International Journal of Cultural Policy*, **11**(1): 15-29;
- Garnham, N. (2011), 'The Political Economy of Communication Revisited', in Wasko, J., Murdock, G., Sousa, H. (2011);
- MacGillis, A. (2009), 'The Ruse of the Creative Class', *The American Prospect* (<http://prospect.org/article/ruse-creative-class-0>);
- Girard, A. (1982), 'Cultural industries: a handicap or a new opportunity for cultural development?', in UNESCO (1982);
- Grodach, C., Loukaitou-Sideris, A. (2007), 'Cultural Development Strategies and Urban Revitalization. A Survey of US Cities', *International Journal of Cultural Policy*, **13**(4): 349-370;
- McGuigan, J. (2009), 'Doing a Florida Thing – The Creative Class Thesis and Cultural Policy', *International Journal of Cultural Policy*, **15**(3): 291-300;
- Hadjimichalis, C. (2006), 'The end of Third Italy as we knew it?', *Antipode*, **38**(1): 82-106;
- Harvey, D. (1989), 'From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism', *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography*, **71**(1): 3-17;
- Harvey, D. (1990), *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Oxford: Basil-Blackwell;
- Heilbrun, J. (2011), 'Baumol's Cost Disease', in Towse, R. (2011);
- Hendon, W. S., Shanahan, J. L. (1983), *Economics of Cultural Decisions*, Cambridge: Abt Books;
- Hesmondhalgh, D. (2002), *The Cultural Industries*, London: Sage;
- Hesmondhalgh, D. (2007), *The Cultural Industries. 2nd Edition*, London: Sage;
- Hesmondhalgh, D. (2013), *The Cultural Industries. 3rd Edition*, London: Sage;
- Hesmondhalgh, D., Pratt, A. C. (2005), 'Cultural Industries and Cultural Policy', *International Journal of Cultural Policy*, **11**(1): 1-14;
- Hirschman, A. O. (1958), *The Strategy of Economic Development*, New Haven: Yale University Press;
- Hobsbawm, E. (1968), *Industry and Empire: From 1750 to the Present Day*, Harmondsworth: Pelican;
- Horkheimer, M., Adorno, T. (2010), *Dialettica dell'illuminismo*, Torino: Einaudi [1944];
- Howkins, J. (2001), *The Creative Economy. How People Make Money From Ideas*, London: Penguin;

- Huet, A., Ion, J., Lefebvre, A., Miège, B., Péron, R. (1978), *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble [seconda edizione rivista e aumentata nel 1984];
- Hughson, J., Inglis, D. (2001), “Creative Industries” and the Arts in Britain: Towards a “Third Way” in cultural policy?, *International Journal of Cultural Policy*, **7**: 457-478;
- Indergaard, M., Pratt, A. C., Hutton, T. A. (2013), ‘Guest Editorial. Creative cities after the fall of finance’, *Cities*, **33**: 1-4;
- Istituto Guglielmo Tagliacarne (2009), *Il Sistema economico integrato dei beni culturali*, Roma: Istituto Guglielmo Tagliacarne;
- Jackson, W. A. (2009), *Economics, Culture and Social Theory*, Cheltenham: Edward Elgar;
- KEA European Affairs (2006), *The Economy of Culture in Europe*, Brussels: European Commission, Directorate- General for Education and Culture;
- Landry, C. (2000), *The Creative City*, Earthscan: London;
- Landry, C., Bianchini, F. (1995), *The Creative City*, Demos: London;
- Langlois, R. (2003), ‘The Vanishing Hand: The Changing Dynamics of Industrial Capitalism’, *Industrial and Corporate Change*, **12**(2): 351-385;
- Lamoreaux, N. R., Raff, D. M. G., Temin, P. (2003), ‘Beyond Markets and Hierarchies: Towards a New Synthesis of American Business History’, *American Historical Review*, **108**(2): 404-433;
- Lazonick, W., O’Sullivan, M. (2000), ‘Maximizing shareholder value: a new ideology for corporate governance’, *Economy and Society*, **29**(1): 13-35;
- LEG (Leadership group on cultural statistics) (2002), *Cultural Statistics in the EU*, Luxemburg: Eurostat;
- Lyotard, J.-F. (1979), *La condition postmoderne*, Paris: Les Editions de Minuit;
- Martin, R., Sunley, P. (2003), ‘Deconstructing clusters: chaotic concept or policy panacea?’, *Journal of Economic Geography*, **3**(1): 5-35;
- Mato, D. (2009), ‘All Industries are Cultural’, *Cultural Studies*, **23**(1): 70-87;
- Miège, B. (1979), ‘The cultural commodity’, *Media, Culture and Society*, **1**: 297-311;
- Miège, B. (1987), ‘The logics at work in the new cultural industries’, *Media, Culture and Society*, **9**: 273-289;
- Miège, B. (1989), *The Capitalisation of Cultural Production*, New York: International General;
- Miège, B. (2004), ‘L’économie politique de la communication’, *Hermès, La Revue*, **1/2004** (n° **38**): 46-54;
- Mirowski, P. (2011), *Science-Mart. Privatizing American Science*, Cambridge (MA): Harvard University Press;

- Mommaas, H. (2004), 'Cultural Clusters and the Post-Industrial City: Towards the Remapping of Urban Cultural Policy', *Urban Studies*, **41**: 507-532;
- Myerscough, J. (1988a), *The Economic Importance of the Arts in Britain*, London: Policy Studies Institute;
- Myerscough, J. (1988b), *The Economic Importance of the Arts in Glasgow*, London: Policy Studies Institute;
- NESTA (2006), *Creating growth. How the UK can develop world class creative businesses*, NESTA Research Report, London: NESTA;
- Netzer, D. (1978), *The Subsidized Muse. Public Support for the Arts in the United States*, Cambridge: Cambridge University Press;
- O'Connor, J. (2010), *The Cultural and Creative Industries: A Literature Review*, 2nd edition, Newcastle: Creativity, Culture and Education;
- O'Connor, J. (2011), 'The cultural and creative industries: a critical history', *Economiaz*, **78**(3): 24-47;
- Peck, J. (2005), 'Struggling with the Creative Class', *International Journal of Urban and Regional Research*, **29**(4): 740-770;
- Pflieger, S. (2010) 'Augustin Girard (1926-2009). Les études au service de la décision politique', *Revue Hermès*, n° **56**: 192-202;
- Poirier, A. (2013), 'Why France is gearing up for a culture war with the United States', *The Guardian*, Comment is Free, Friday 7 June 2013
(<http://www.theguardian.com/commentisfree/2013/jun/07/france-culture-war-united-states>);
- Pool, I. De S. (1983), *Technologies of Freedom*, Cambridge: Harvard University Press;
- Porter, M. E. (1998), 'Clusters and the new economics of competition', *Harvard Business Review*, **76**: 77-90;
- Porter, M. E. (2000), 'Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy', *Economic Development Quarterly*, **14**(1): 15-34;
- Porter, M. E. (2008), *On Competition*, Cambridge: Harvard Business School Press;
- Pratt, A. C. (2001), 'Understanding the Cultural Industries: Is More Less?', *Culturelink*, **35**: 51-68;
- Pratt, A. C. (2005), 'Cultural Industries and Public Policies. An Oxymoron?', *International Journal of Cultural Policy*, **11**(1): 31-44;
- Pratt, A. C. (2008a), 'Creative Cities: The Cultural Industries and the Creative Class', *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography*, **90**(2): 107-117;
- Pratt, A. C. (2008b), 'Cultural Commodity Chains, Cultural Clusters, or Cultural Production Chains?', *Growth and Change*, **39** (1): 95-103;
- Pratt, A. C. (2009), 'The Creative and Cultural Economy and the Recession', *Geoforum*, **40**(4): 495-496;

- Pratt, A. C. (2012), 'The Cultural and Creative Industries: Organisational and Spatial Challenges to their Governance', *Die Erde*, **143**(4): 317-334;
- Pratt, A. C. (2015), 'Resilience, locality and the cultural economy', *City, Culture and Society* (in press);
- Pratt, A. C., Hutton, T. A. (2013), 'Reconceptualising the Relationship between the Creative Economy and the City: Learning from the Financial Crisis', *Cities*, **33**: 86-95;
- Reeves, M. (2002), *Measuring the Economic and Social Impact of the Arts. A Review*, London: Arts Council;
- Roodhouse, S. (2006), 'The Creative Industries: Definitions, Quantification and Practice', in Eisenberg C., Gerlach R., Handke, C. (Eds.) (2006);
- Santagata, W. (Ed.) (2009), *Libro bianco sulla creatività. Per un modello italiano di sviluppo*, Milano: Università Bocconi;
- Seaman, B. A. (2000), 'Arts impact studies: a fashionable excess', in Bradford, G., Gary, M., Wallach, G. (2000);
- Selwood, S. (2010), 'John Myerscough, The economic importance of the arts in Britain', *International Journal of Cultural Policy*, **16**(1): 74-75;
- Sennett, R. (1999), *The Corrosion of Character. The Personal Consequences of Work in the New Capitalism*, New York: W. W. Norton & Company;
- Throsby, D. (2001), *Economics and culture*, Cambridge: Cambridge University Press;
- Throsby, D. (2008a), 'Modelling the Cultural Industries', *International Journal of Cultural Policy*, **14**(3): 217-232;
- Throsby, D. (2008b), 'The concentric circles model of the cultural industries', *Cultural Trends*, **17**(3): 147-164;
- Throsby, D. (2010), *The Economics of Cultural Policy*, Cambridge: Cambridge University Press;
- Throsby, D., Withers, G. (1983), 'Measuring the Demand for the Arts as a Public Good: Theory and Empirical Results', in Hendon, W. S., Shanahan, J. L.;
- Towse, R. (2003a), *A Handbook Of Cultural Economics*, Cheltenham: Edward Elgar;
- Towse, R. (2003b), 'Cultural Industries', in Towse, R. (2003a);
- Towse, R. (2011), *A Handbook Of Cultural Economics, Second Edition*, Cheltenham: Edward Elgar;
- Towse, R. (2010), 'Creativity, Copyright and the Creative Industries Paradigm', *KYKLOS*, **63**(3): 461-478;
- UNCTAD (2004), *Creative Industries and Development*, Geneva: UNCTAD;
- UNCTAD (2010), *Creative Economy Report 2010. Creative Economy: A Feasible Development Option*, Geneva: UNCTAD;

- UNESCO (1982), *Cultural Industries. A Challenge for the Future of Culture*, Paris: UNESCO;
- UNESCO (1986), *The UNESCO Framework for Cultural Statistics*, Paris: UNESCO;
- UNESCO (2005), *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*, Paris: UNESCO (http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=31038&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html);
- UNESCO (2009), *The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)*, Paris: UNESCO;
- UNESCO (2012), *Measuring the economic contribution of cultural industries. A review and assessment of current methodological approaches*, Paris: UNESCO;
- United Nations (2008), *Creative Economy Report 2008. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy Making*, Geneva and New York: United Nations (http://unctad.org/fr/Docs/ditc20082cer_en.pdf);
- United Nations (2010), *Creative Economy Report 2010. A Feasible Development Option*, Geneva and New York: United Nations (http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103_en.pdf);
- United Nations (2013), *Creative Economy Report 2013 Special Edition. Widening Local Development Pathways*, Paris and New York: United Nations (<http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-en.pdf>);
- Valentino, P. A. (a cura di) (2012a), *L'arte di produrre Arte. Imprese culturali a lavoro*, Venezia: Marsilio;
- Valentino, P. A. (2012b), 'Prefazione', in Valentino, P. A. (2012a);
- Valentino, P. A. (2012c), 'Industria culturale e creativa', in Valentino, P. A. (2012a);
- Valentino, P. A. (2013a), 'L'impresa culturale e creativa: verso una definizione condivisa', *Economia della cultura*, XXIII(3): 273-288;
- Valentino, P. A. (2013b), 'L'arte di produrre arte: sintesi dell'indagine e indicazioni per le politiche di settore', *Economia della cultura*, XXIII(3): 357-364;
- Voirol, O. (2011), 'Retour sur l'industrie culturelle', *Réseaux* 2/2011 (n° 166): 125-157;
- Wasko, J., Murdock, G., Sousa, H. (2011), *The Handbook of Political Economy of Communications*, Oxford: Wiley-Blackwell;
- WIPO (2003), *Guide on surveying the economic copyright-based industries*, Geneva: WIPO;
- Work Foundation, The (2007), *Staying Ahead: the Economic Performance of the UK's Creative Industries*, London: The Work Foundation and the Department of Culture, Media and Sport (http://www.theworkfoundation.com/assets/docs/publications/176_stayingahead.pdf);

ACTORS *Italia*

ATTRATTORI CULTURALI PER IL TURISMO E L'OCCUPAZIONE NELLE REGIONI DEL SUD *ITALIA*

<http://oe.cd/ACTORS>