

# ACTORS *Italia*

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

Patrimonio culturale e industrie creative:  
Un confronto internazionale

Settembre 2016

*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 2016

---

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](mailto: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](http://www.trento.oecd.org).

## INDICE

|                                                                                              |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Patrimonio culturale e industrie creative: un confronto internazionale .....</b>          | <b>10</b> |
| Politiche culturali e processi di decentramento .....                                        | 10        |
| ICC: classificazioni e strategie nazionali .....                                             | 16        |
| Strategie nazionali per le ICC, un approfondimento .....                                     | 19        |
| ICC e potenzialità per i territori .....                                                     | 22        |
| Il ruolo delle Università .....                                                              | 24        |
| Le dinamiche occupazionali nelle ICC .....                                                   | 27        |
| Indicazioni di policy .....                                                                  | 34        |
| Appendice.....                                                                               | 36        |
| Distretti culturali e creativi .....                                                         | 36        |
| Caratteristiche dei distretti culturali e creativi .....                                     | 38        |
| Riferimenti bibliografici .....                                                              | 45        |
| Sitografia .....                                                                             | 50        |
| <b>Belgio – Fiandre e Vallonia .....</b>                                                     | <b>51</b> |
| Fiamme: Struttura amministrativa e articolazione delle competenze in materia di cultura..... | 51        |
| Gli attori delle politiche culturali.....                                                    | 55        |
| Il patrimonio culturale fiammingo .....                                                      | 57        |
| Articolazione della spesa per il settore cultura .....                                       | 60        |
| Industrie creative e cluster culturali .....                                                 | 63        |
| Politiche e strumenti a sostegno delle ICC .....                                             | 65        |
| Strumenti a sostegno delle ICC .....                                                         | 66        |
| Processi di innovazione e iniziative intersettoriali: i partenariati creativi .....          | 67        |
| ICC, un comparto articolato con diversi gradi di sviluppo .....                              | 68        |
| Presenza delle ICC nei documenti di programmazione .....                                     | 70        |
| L'economia turistica del Belgio.....                                                         | 72        |
| Governance e organizzazione turistica nelle Fiandre .....                                    | 72        |
| Vallonia .....                                                                               | 75        |
| Il declino dell'industria mineraria e l'ascesa delle conoscenze .....                        | 75        |
| Le politiche per le ICC nell'ambito di una rinnovata politica industriale .....              | 76        |
| Riferimenti bibliografici .....                                                              | 81        |
| <b>Francia .....</b>                                                                         | <b>83</b> |
| Introduzione.....                                                                            | 83        |
| Governance.....                                                                              | 83        |
| Struttura amministrativa .....                                                               | 84        |
| Struttura del patrimonio .....                                                               | 87        |
| Politica culturale e promozione .....                                                        | 87        |
| Coinvolgimento dei privati nel governo e nel finanziamento della cultura .....               | 88        |
| Risorse .....                                                                                | 91        |

|                                                                                          |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Spese territoriali per la cultura, Francia metropolitana.....                            | 94         |
| Altre fonti di finanziamento: l'1% artistico.....                                        | 94         |
| Finanziamenti europei al settore culturale francese – programmazione 2007-2013 .....     | 95         |
| Industrie culturali e creative .....                                                     | 98         |
| Imprenditoria creativa.....                                                              | 99         |
| Altre misure di sostegno alle ICC.....                                                   | 103        |
| Casi di studio sulle ICC: esempi nazionali e locali.....                                 | 103        |
| Il settore turistico .....                                                               | 107        |
| Fonti relative al settore culturale francese .....                                       | 111        |
| Riferimenti bibliografici .....                                                          | 112        |
| Sitografia .....                                                                         | 113        |
| <b>Paesi Bassi .....</b>                                                                 | <b>115</b> |
| Introduzione.....                                                                        | 115        |
| <i>Governance</i> e politiche culturali.....                                             | 116        |
| Collaborazioni pubblico - privato.....                                                   | 121        |
| Risorse .....                                                                            | 124        |
| ICC.....                                                                                 | 126        |
| Turismo.....                                                                             | 134        |
| Riferimenti bibliografici .....                                                          | 137        |
| Sitografia .....                                                                         | 138        |
| <b>Spagna .....</b>                                                                      | <b>139</b> |
| Introduzione.....                                                                        | 139        |
| <i>Governance</i> e politiche culturali.....                                             | 139        |
| Struttura del patrimonio culturale .....                                                 | 142        |
| Strategia nazionale per la promozione della cultura .....                                | 145        |
| Quadro giuridico e fiscale di riferimento per il coinvolgimento del settore privato..... | 145        |
| Risorse finanziarie per la cultura .....                                                 | 147        |
| Industrie culturali e creative .....                                                     | 151        |
| Il settore turistico .....                                                               | 158        |
| Riferimenti bibliografici .....                                                          | 161        |
| <b>Svizzera .....</b>                                                                    | <b>163</b> |
| Introduzione.....                                                                        | 163        |
| <i>Governance</i> e politiche culturali.....                                             | 163        |
| Patrimonio culturale svizzero .....                                                      | 166        |
| Risorse .....                                                                            | 169        |
| Industrie culturali e creative .....                                                     | 176        |
| Turismo.....                                                                             | 180        |
| Riferimenti bibliografici .....                                                          | 181        |
| Sitografia .....                                                                         | 182        |
| Leggi.....                                                                               | 183        |
| <b>Messico .....</b>                                                                     | <b>184</b> |
| <i>Governance</i> e politiche culturali.....                                             | 184        |
| Industrie culturali e creative .....                                                     | 198        |
| <i>Governance</i> e organizzazione turistica .....                                       | 205        |
| Riferimenti bibliografici: .....                                                         | 211        |
| Sitografia .....                                                                         | 214        |

|                                                                                       |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Regno Unito .....</b>                                                              | <b>215</b> |
| Introduzione: le particolarità del modello culturale britannico.....                  | 215        |
| Breve descrizione del attuale panorama culturale .....                                | 217        |
| Struttura amministrativa e articolazione delle competenze in materia di cultura ..... | 218        |
| Strategia culturale .....                                                             | 221        |
| Struttura e <i>governance</i> del patrimonio culturale.....                           | 222        |
| I Musei di Regno Unito .....                                                          | 227        |
| Finanziamento pubblico alla cultura.....                                              | 229        |
| Quadro di riferimento per il coinvolgimento del settore privato .....                 | 233        |
| Fondi Europei per il settore culturale .....                                          | 236        |
| Industrie creative .....                                                              | 238        |
| Cluster creativi.....                                                                 | 244        |
| Incentivi per lo sviluppo delle industrie creative.....                               | 245        |
| Turismo.....                                                                          | 247        |
| Riferimenti bibliografici .....                                                       | 251        |
| Sitografia .....                                                                      | 254        |

## Tabelle

|             |                                                                                                                                                         |     |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabella 1.  | Stato di avanzamento delle politiche per le ICC .....                                                                                                   | 18  |
| Tabella 2.  | Forme di rigenerazione urbana attraverso le ICC.....                                                                                                    | 25  |
| Tabella 3.  | Media di impiegati per impresa in diversi settori creativi .....                                                                                        | 28  |
| Tabella 4.  | Misure di accesso al credito durante le diverse fasi di sviluppo dell'impresa .....                                                                     | 30  |
| Tabella 5.  | Rapporto tra il livello d'istruzione nelle ICC e il totale dell'occupazione (2014)32                                                                    |     |
| Tabella 6.  | Elenco dei siti protetti dall'Agenzia Onroerend Erfgoed (2013) .....                                                                                    | 56  |
| Tabella 7.  | Andamento delle spese dell'Agenzia per le Arti e Patrimonio del Ministero della Cultura e % sulla spesa culturale complessiva del Governo Fiammingo ... | 61  |
| Tabella 8.  | Erogazioni dell'Agenzia Arti e Patrimonio per categoria di beneficiari .....                                                                            | 62  |
| Tabella 9.  | Peso economico delle industrie creative.....                                                                                                            | 69  |
| Tabella 10. | Classificazione interventi Creative Wallonia .....                                                                                                      | 78  |
| Tabella 11. | Azioni del progetto WECD per asse .....                                                                                                                 | 80  |
| Tabella 12. | Ripartizione dei musei francesi secondo la tipologia di proprietario .....                                                                              | 87  |
| Tabella 13. | Distribuzione del mecenatismo aziendale per la cultura (per settore, 2014)...                                                                           | 90  |
| Tabella 14. | Evoluzione del budget globale allocato al Ministero 2013-2015 .....                                                                                     | 93  |
| Tabella 15. | Dati chiave spese culturali territoriali non consolidate, 2010, Francia metropolitana e d'oltremare .....                                               | 94  |
| Tabella 16. | Esportazioni beni culturali (2009-2011 in milioni di euro).....                                                                                         | 99  |
| Tabella 17. | Infrastruttura Nazionale di Base (BIS) - 2013-2016 .....                                                                                                | 125 |
| Tabella 18. | Numero di istituzioni finanziate e contributi - BIS e fondi (2012-2013) .....                                                                           | 126 |
| Tabella 19. | Dotazione del patrimonio nazionale .....                                                                                                                | 143 |
| Tabella 20. | Distribuzione del patrimonio nazionale: beni immobili d'interesse culturale per comunità autonoma .....                                                 | 143 |
| Tabella 21. | Musei, biblioteche e teatri .....                                                                                                                       | 144 |
| Tabella 22. | Agevolazioni fiscali attuali ed evoluzione a partire della riforma fiscale .....                                                                        | 146 |
| Tabella 23. | Spesa pubblica per la Cultura .....                                                                                                                     | 148 |
| Tabella 24. | Distribuzione spesa pubblica per capitolo di spesa .....                                                                                                | 148 |
| Tabella 25. | Distribuzione per tipo di attività culturale e livello amministrativo .....                                                                             | 149 |
| Tabella 26. | Andamento del budget per la cultura per livello di governo .....                                                                                        | 149 |
| Tabella 27. | Apporto economico delle attività culturali e quelle legate alla proprietà                                                                               |     |

|             |                                                                                                                 |     |
|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
|             | intellettuale .....                                                                                             | 153 |
| Tabella 28. | Sovvenzioni del Ministero dell'Istruzione, la Cultura e lo Sport per le ICC                                     | 154 |
| Tabella 29. | Distribuzione delle imprese culturali per comunità autonoma .....                                               | 156 |
| Tabella 30. | Flussi e spesa del turismo internazionale per Comunità Autonoma (2014) ..                                       | 160 |
| Tabella 31. | Flussi e spesa del turismo nazionale principale motivazione culturale per<br>Comunità Autonoma .....            | 160 |
| Tabella 32. | Flussi e spesa del turismo internazionale principale motivazione culturale<br>per Comunità Autonoma (2013)..... | 161 |
| Tabella 33. | Distribuzione dei crediti di sostegno di Pro Helvetia, per disciplina e<br>importo (2013).....                  | 165 |
| Tabella 34. | Musei svizzeri per tipo e numero di entrate (2013).....                                                         | 168 |
| Tabella 35. | Principali sponsor culturali in Svizzera (2011) .....                                                           | 174 |
| Tabella 36. | Peso dell'economia creativa svizzera nel 2011 su totale economia svizzera                                       | 176 |
| Tabella 37. | Articolazione del settore culturale.....                                                                        | 185 |
| Tabella 38. | Struttura del patrimonio nazionale registrato .....                                                             | 189 |
| Tabella 39. | Dotazione Culturale.....                                                                                        | 190 |
| Tabella 40. | Andamento del budget federale per la cultura e le arti (in milioni di pesos).                                   | 195 |
| Tabella 41. | Evoluzione degli stanziamenti agli stati per la sub-funzione Cultura<br>(milioni di pesos).....                 | 195 |
| Tabella 42. | Evoluzione della spesa federale allocata al PAICE e PACMYC<br>(milioni di pesos).....                           | 196 |
| Tabella 43. | Spesa allocata ad attività ricreative, culturali, altre manifestazioni sociali<br>in 3 stati .....              | 196 |
| Tabella 44. | Ambiti di finanziamento del FONCA .....                                                                         | 197 |
| Tabella 45. | Esportazione di beni creativi (milioni di dollari) .....                                                        | 200 |
| Tabella 46. | Fondi dal governo federale per le industrie creative strategiche .....                                          | 202 |
| Tabella 47. | Caratteristiche de l'Industria di telecomunicazione della Città del Messico.                                    | 204 |
| Tabella 48. | Cifre dell'economia turistica .....                                                                             | 206 |
| Tabella 49. | Distribuzione dei visitatori ai siti archeologici nel 2014.....                                                 | 208 |
| Tabella 50. | Distribuzione dei visitatori ai musei dell'INAH nel 2014.....                                                   | 208 |
| Tabella 51. | Articolazione del settore culturale, turistico e delle industrie creative.....                                  | 210 |
| Tabella 52. | Struttura del patrimonio culturale iscritto in Regno Unito (beni immobili) ..                                   | 223 |
| Tabella 53. | Indicatori di Performance dell'English Heritage (2011-2015).....                                                | 226 |
| Tabella 54. | Numero di musei accreditati e tipologia nei quattro stati (2015) .....                                          | 227 |
| Tabella 55. | Musei finanziati del DCMS: i musei più visitati 2014 .....                                                      | 229 |
| Tabella 56. | Spesa del DCMS nazione (2013-2014) (milioni di sterline) .....                                                  | 230 |
| Tabella 57. | Spesa del DCMS, 2013 e 2014 (migliaia di sterline) .....                                                        | 231 |
| Tabella 58. | Evoluzione delle donazioni ricevute dalle organizzazioni culturali<br>finanziate dal DCMS (2009-2014) .....     | 235 |
| Tabella 59. | Finanziamento privato alle arti e cultura in Regno Unito 2010 .....                                             | 235 |
| Tabella 60. | Esportazioni di Servizi Creativi in Regno Unito (milioni di sterline) .....                                     | 240 |
| Tabella 61. | Taglia delle imprese secondo il numero di dipendenti in alcune industrie<br>creative .....                      | 241 |
| Tabella 62. | L'occupazione creativa e la sua evoluzione (2011 -2014) .....                                                   | 242 |
| Tabella 63. | Distribuzione delle imprese creative per paese e per regioni<br>(percentuali sul totale) al 2013 .....          | 243 |
| Tabella 64. | Finanziamento e supporto pubblico per le ICC in Regno Unito .....                                               | 247 |
| Tabella 65. | Il contributo dell'Industria turistica nelle nazioni (2013) (% sul totale) .....                                | 249 |
| Tabella 66. | Impatto economico del Patrimonio Culturale (2011) .....                                                         | 250 |

## Figure

|           |                                                                                                                                |     |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 1. | Finanziamento della cultura per livello di governo - evoluzione 2008-2012<br>(in milioni di euro) .....                        | 169 |
| Figura 2. | Confronto spese culturali di Cantoni e Comuni - top 10 Cantoni, 2012 .....                                                     | 170 |
| Figura 3. | Occupati nel settore creativo al 2013, per tipo di industria .....                                                             | 199 |
| Figura 4. | Il mercato dei mezzi di comunicazione e intrattenimento<br>(televisione, pubblicità e cinema) in Messico dal 2009 al 2013..... | 201 |
| Figura 5. | Governance del settore culturale nelle amministrazioni decentrate,<br>Regno Unito .....                                        | 220 |
| Figura 6. | Composizione degli introiti delle organizzazioni culturali finanziate dal DCMS<br>(2013) .....                                 | 234 |
| Figura 7. | Organigramma della governance del settore turistico nel Regno Unito.....                                                       | 248 |

## Box

|         |                                                                                                             |     |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Box 1.  | Iniziative culturali co-finanziate da fondi europei .....                                                   | 63  |
| Box 2.  | Strumenti a supporto dei partenariati creativi .....                                                        | 68  |
| Box 3.  | Valutazione degli investimenti: l'esperienza di Cultuurinvest .....                                         | 71  |
| Box 4.  | Promozione internazionale attraverso la mostra collettiva di arte contemporanea<br>TRACK (Gent, 2012) ..... | 73  |
| Box 5.  | Mostre internazionali come strumento di promozione turistica, il caso Italia<br>(2012-2015) .....           | 74  |
| Box 6.  | Storytelling: Alden Biesen International Storytelling Festival 2014 .....                                   | 74  |
| Box 7.  | I musei tra decentramento e autonomia gestionale: la trasformazione in<br>établissement publique.....       | 86  |
| Box 8.  | Il museo Louvre-Lens nel Nord Pas de Calais .....                                                           | 96  |
| Box 9.  | Valorizzazione del patrimonio archeologico attraverso le ICT.....                                           | 97  |
| Box 10. | IFCIC .....                                                                                                 | 101 |
| Box 11. | BPI .....                                                                                                   | 102 |
| Box 12. | Etichetta French Tech .....                                                                                 | 104 |
| Box 13. | Lo sviluppo di esperienze creative attraverso i Welcome City Lab a Parigi.....                              | 111 |
| Box 14. | Creative Paris .....                                                                                        | 111 |
| Box 15. | I fondi per il cinema e per i media .....                                                                   | 130 |
| Box 16. | Lo storytelling come attrazione turistica .....                                                             | 135 |
| Box 17. | Hieronymus Bosch come fonte di ispirazione per la creatività contemporanea<br>nei Paesi Bassi .....         | 135 |
| Box 18. | Riqualficazione dell'Ospedale di Sant Pau di Barcellona (2009-2014).....                                    | 150 |
| Box 19. | Parco Minerario Almaden, Castilla la Mancha, Spagna (2003-2010) .....                                       | 151 |
| Box 20. | Costruzione della Città delle Arti e delle Scienze di Valencia (1995-2005).....                             | 151 |
| Box 21. | L'Istituto Catalano per le Imprese Culturali (ICEC).....                                                    | 155 |
| Box 22. | “Consiglio per il Design e la Creatività Bilbao – Bizkaia” .....                                            | 157 |
| Box 23. | Rigenerazione urbana e rivitalizzazione economica: Il distretto<br>dell'innovazione 22@Barcellona.....      | 158 |
| Box 24. | Migros Pourcent Culturel .....                                                                              | 175 |
| Box 25. | Un incubatore di imprenditorialità culturale .....                                                          | 177 |
| Box 26. | Iniziativa di sostegno alla creazione nell'industria del design: il Creative Hub .....                      | 178 |
| Box 27. | Lagenthal, il centro svizzero dell'industria del design.....                                                | 178 |
| Box 28. | Recupero di spazio urbano non utilizzato: Basislager Zurigo.....                                            | 179 |

|                                                                                                                                                |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Box 29. La promozione culturale nelle Università pubbliche: il caso dell'Università Autonoma Metropolitana (UAM).....                          | 186 |
| Box 30. Il Patrimonio Naturale.....                                                                                                            | 188 |
| Box 31. Il PAICE, PACMYC e PDCM: Esempio dello stato di Sinaloa .....                                                                          | 196 |
| Box 32. Il Programma di co-investimento FONCA .....                                                                                            | 198 |
| Box 33. Progetto per la creazione di una “Smart City” a Guadalajara .....                                                                      | 205 |
| Box 34. Il caso del Michoacán: esempio di diversificazione dell’offerta turistica attraverso la cultura .....                                  | 209 |
| Box 35. Arts Council England, l'agenzia Inglese di sviluppo per la cultura e le arti.....                                                      | 221 |
| Box 36. Sistemi informativi per le attività e i beni culturali nel Regno Unito .....                                                           | 226 |
| Box 37. Iniziative culturali finanziate con fondi dell’Unione Europea: Turismo culturale in Galles .....                                       | 237 |
| Box 38. Iniziative culturali finanziate con fondi dell’Unione Europea: I partner del progetto ALTERheritage Project, Inghilterra .....         | 237 |
| Box 39. Rigenerazione urbana attraverso il programma Liverpool Capitale Europea della Cultura (CEC) 2008, valutazione e alcuni risultati ..... | 238 |
| Box 40. Investire nella professionalizzazione dei settori creativi: l’esempio di Creative Skills .....                                         | 247 |

## PATRIMONIO CULTURALE E INDUSTRIE CREATIVE: UN CONFRONTO INTERNAZIONALE

Questa introduzione ai casi internazionali intende presentare alcuni temi emersi da un'attenta analisi trasversale dei loro sistemi culturali. Si tratta di questioni che rientrano nell'attuale dibattito sulla gestione pubblica dei beni culturali, sulle possibilità e i modi in cui la cultura può alimentare dinamiche di sviluppo dei territori e sulla capacità delle industrie culturali e creative di generare innovazione e ricadute anche in altri settori.

Le tendenze e specificità qui presentate e discusse sono frutto di un approccio *evidence based*, non di modelli interpretativi precostituiti. Questo ha permesso di trovare relazioni tra paesi a priva vista molto diversi e di individuare esempi che potrebbero essere presi come benchmark e offrire indicazioni di policy anche al nostro Paese.

E' stato tuttavia utile confrontarsi con la letteratura, dove si è trovato riscontro di alcune dinamiche più significative, per meglio sistematizzare e comprendere gli assetti organizzativi e i fenomeni riscontrati nei diversi Paesi.

### Politiche culturali e processi di decentramento

Nonostante i sistemi di *governance* culturale dei paesi esaminati presentino, coerentemente con gli assetti amministrativi affermatasi storicamente, gradi differenti di coinvolgimento degli enti periferici, è possibile osservare negli ultimi anni una generalizzata tendenza al decentramento, che ha coinvolto la maggior parte dei sistemi di gestione delle attività culturali secondo le specificità di ciascun ordinamento.

Nella maggior parte dei casi, il fenomeno ha coinciso con la diminuzione delle risorse allocate alla cultura da parte degli organi centrali. Appare tuttavia riduttivo leggere tale spinta centrifuga unicamente come disimpegno da parte dei governi nazionali (o regionali, nel caso fiammingo): oltre alla dinamica finanziaria si assiste infatti a un complessivo ripensamento del ruolo delle politiche culturali, che comprende tra gli altri i seguenti aspetti:

- rafforzamento di pratiche amministrative e di gestione coerenti con il principio di sussidiarietà – tipico di paesi federali come la Svizzera, anche in termini di maggiore collaborazione tra diversi livelli di governo (FRA, FIA, NL, MEX, SPA)
- razionalizzazione ed efficientamento delle strutture che gestiscono beni e servizi culturali, attraverso misure per rafforzare l'autonomia gestionale e finanziaria e pratiche di contrattualizzazione (FRA, NL)

Va tenuto presente il fatto che, indipendentemente dalle specificità di ciascun sistema, il recente decentramento culturale è un fenomeno che si inserisce, nella maggioranza dei casi, nel contesto di più ampie riforme ordinamentali - amministrative (FRA dal 2003; FIA dal 2012) o fiscali (SPA 2001 e 2009), nell'ambito delle quali rientra anche il settore culturale (e talvolta turistico (FRA, FIA) seppur con caratteristiche proprie.

Per comprendere i meccanismi e i diversi gradi di decentramento culturale secondo gli ordinamenti dei paesi analizzati, anche alla luce di alcuni recenti processi di riforma è utile fare riferimento ad alcuni modelli interpretativi relativamente all'intervento pubblico del settore culturale (Mossetto, Vecco, 2001; Cummings, Katz, 1987) e alla ripartizione delle competenze culturali tra livelli di governo (Mulcahy, 2006).

Nel settore artistico-culturale è possibile individuare due modelli distinti di intervento pubblico: quello continentale europeo, con una forte impronta istituzionale di matrice napoleonica, dove la cura del patrimonio culturale in quanto bene pubblico spetta per definizione allo Stato; quello anglosassone (britannico e statunitense) dove è l'individuo a dover soddisfare, tra le sue obbligazioni sociali, anche quella culturale. Entrambi i modelli deriverebbero dai fattori storico – politici che hanno definito gli assetti statali: mentre il primo è tipico di stati che si sono evoluti da monarchie assolutistiche, come la Francia, il secondo riflette il retaggio di regimi d'impronta mercantilista come la Gran Bretagna. Da questa visione deriva che l'organizzazione dell'apparato statale responsabile della realizzazione e dello sviluppo delle politiche culturali pubbliche può essere distinta in tre differenti categorie (Cummings e Katz, 1987):

- paesi che hanno adottato il “modello napoleonico”, conferendo ad un unico soggetto (ministero della cultura) la responsabilità della maggior parte delle politiche culturali;
- paesi nei quali più strutture centrali (ministeri) hanno la responsabilità di diversi programmi pubblici a favore dell'arte e della cultura;
- paesi che hanno affidato ad agenzie, fondazioni o soggetti quasi - pubblici parti della gestione delle politiche culturali nazionali.

Le modalità di organizzazione e ripartizione delle funzioni pubbliche in materia di arte e cultura fra centro e periferia, possono essere schematizzate (Mulcahy, 2006) in:

- assetti statalisti, caratterizzati da un forte accentramento delle responsabilità relative alla formulazione, sviluppo, finanziamento e implementazione delle politiche culturali nazionali e locali;
- assetti localisti, in cui prevale il decentramento delle responsabilità nelle decisioni relative alle politiche culturali locali e nazionali;
- assetti consociativi, ovvero assetti in cui la responsabilità delle politiche culturali è distribuita quasi equamente fra il livello centrale e il livello locale;
- assetti pluralisti, in cui accanto al decentramento della responsabilità in materia di politiche culturali fra diversi livelli di governo, si affianca il ruolo dei privati, attori chiave nella definizione delle politiche culturali nazionali.

Entrambe queste schematizzazioni pongono l'accento sul fatto che le modalità di intervento pubblico in campo culturale risentono dell'organizzazione generale dell'apparato statale e, in particolare, delle modalità di ripartizione delle funzioni fra il livello centrale e periferico (grado di decentramento). Per una lettura comparata dei casi nazionali nei capitoli successivi è dunque utile descrivere le linee e le criticità principali secondo entrambe le classificazioni.

Tenendo presente l'importanza dai fattori storici che hanno determinato l'assetto di ciascun paese (per cui negli stati federali molte funzioni sono per definizione decentrate rispetto agli stati unitari), si osserva una generale tendenza al decentramento delle funzioni culturali: alcuni recenti processi di riforma hanno infatti coinvolto anche le tipologie con una forte tradizione di accentramento delle

competenze (il caso più significativo è la Francia). In parziale controtendenza si presenta il caso della Svizzera, che ha solo recentemente definito dal punto normativo il perimetro delle competenze culturali della Confederazione, peraltro limitato a specifiche aree di interesse nazionale.

A determinare tali scelte sembrano contribuire, tra gli altri fattori<sup>1</sup>, alcune criticità che caratterizzano più frequentemente gli assetti statalisti, denunciate in diversi documenti di strategia culturale e in letteratura: duplicazione degli interventi, sovrapposizione di competenze e mancanza di comunicazione tra amministrazioni appartenenti a ministeri diversi (in alcuni casi anche legati al diverso rango ordinamentale di diversi enti centrali come in Messico); mancanza di coordinamento e inefficienza nell'uso delle risorse (Spagna); necessità di maggiore condivisione degli indirizzi tra governo ed enti locali (Francia). In altri casi tali problemi sono ascrivibili a processi di decentralizzazione avviati ma non compiuti (Messico), in cui prevalgono piuttosto gli aspetti della deconcentrazione (attribuzione a sedi periferiche di funzioni la cui competenza rimane tuttavia nell'ambito della stessa amministrazione).

Alcuni sistemi hanno stabilito modalità di gestione che consentono degli aggiustamenti graduali nella ripartizione delle competenze, in modo da scongiurare il pericolo di relazioni non funzionali non modificabili: è il caso delle “sperimentazioni” francesi o il meccanismo secondo il quale nei Paesi Bassi le questioni che riguardano il collegamento tra le politiche del governo e quelle di province e comuni vengono discusse su base annua. Entrambi i paesi, per quanto di tradizione per certi versi opposta rispetto alla governance culturale, hanno posto in primo piano la centralità del miglioramento dei rapporti tra livelli di governo: nel caso olandese discutendo una definizione più concordata delle politiche culturali tra lo stato e le 9 città più importanti, nel caso francese con l'istituzione di meccanismi di partecipazione come gli *Etablissements Publics de Cooperation Culturelle* (EPCC).

Alcune problematiche di coordinamento tra livelli amministrativi in materia di politiche culturali sono emerse recentemente anche in realtà riconducibili ad assetti consociativi – pluralisti: la riforma delle competenze culturali tra regione e comuni nelle Fiandre è stata determinata anche dalla necessità di evitare che i trasferimenti della regione finanziassero spese culturali delle comunità locali non conformi agli obiettivi della politica culturale centrale.

Il nodo della ripartizione del **finanziamento alla cultura** rimane naturalmente uno degli aspetti più critici nell'attuale dibattito sul decentramento, indipendentemente dalle tradizioni e dall'assetto amministrativo. Si osserva infatti che il patrimonio culturale, anche se di competenza nazionale, o dei singoli Stati/Comunità negli Stati federali, risulta finanziato prevalentemente a livello locale: in Italia, Spagna, Paesi Bassi e Svizzera sono i Comuni i principali enti pubblici che contribuiscono al finanziamento del settore culturale. In Francia, la spesa pubblica per la cultura è quasi ugualmente ripartita tra Ministero e comunità territoriali.

Il fatto che una quota importante di finanziamento per il settore cultura provenga dal livello amministrativo più basso implica che le strategie e le progettualità, anche se sviluppate a livello nazionale, devono poi confrontarsi con la dimensione territoriale dove insistono non solo i beni culturali, ma tutto un contesto infrastrutturale, amministrativo, imprenditoriale e associativo che può facilitare o meno la realizzazione di certe iniziative.

<sup>1</sup> Oltre alla contrazione delle risorse centrali disponibili, si possono citare alcuni fattori di medio – lungo periodo nelle ipotesi (provocatoriamente) sollevate in Bonet, L. e Négrier, E. (2010). Tra queste le esigenze di democratizzazione della cultura a partire dal secondo dopoguerra, l'affermarsi del multiculturalismo, la necessità delle comunità locali di riappropriarsi delle proprie tradizioni culturali in risposta alla globalizzazione.

Dall'altra parte, proprio perché la spesa corrente dei governi locali rappresenta la principale fonte di finanziamento del settore, si assiste ad una progressiva riduzione delle risorse destinate alla cultura per finanziare altri settori o per rispettare equilibri di bilancio come sta accadendo in Italia e in Spagna<sup>2</sup> per i vincoli imposti dal Patto di Stabilità.

Quantificare la spesa pubblica destinata al settore cultura non è un'operazione facile per la pluralità di canali di finanziamento che concorrono a sostenere questo settore. Non solo in Italia le risorse culturali non sono ascrivibili unicamente al budget del MIBACT, anche in Francia, oltre al budget del Ministero della Cultura e della Comunicazione, vengono allocati fondi pubblici addizionali da altri Ministeri, per un ammontare di 3 704,5 milioni di euro nel 2013. Nei Paesi Bassi si registra la stessa problematica: i dati pubblicati dal Ministero dell'Educazione, Cultura e Scienze riportano le spese sostenute direttamente (e indirettamente attraverso i fondi settoriali) senza che nel computo rientrino le spese del Ministero degli Affari Esteri (che collabora alla promozione delle attività culturali all'estero) e quelle del Ministero dell'Economia, che ha un ruolo di primo piano nella promozione delle industrie culturali e creative.

In Messico la politica culturale è attuata attraverso il Ministero della Pubblica Istruzione che destina parte del budget federale al Consiglio Nazionale per la Cultura e le Arti e ai diversi organismi culturali. Il fatto che la cultura sia un filone di spesa all'interno del budget destinato all'Educazione rende difficile analizzare e valutare chiaramente le esigenze finanziarie del settore culturale come un settore a sé stante.

Dato il legame molto forte tra il settore culturale e quello della formazione, la promozione culturale è considerata una delle funzioni sostanziali delle Università. Coerentemente con questa impostazione ritroviamo tra gli organismi culturali nazionali finanziati dalla Segreteria della Pubblica Istruzione anche l'Università Nazionale Autonoma del Messico (UNAM) e l'Università Autonoma Metropolitana (UAM) che tra il 2013 e il 2014 ha ricevuto dal governo centrale somme maggiori a quelle allocate ad alcuni enti con funzioni specificatamente culturali, come il Fondo di Cultura Economica. A livello regionale, inoltre, alcune Università pubbliche svolgono un ruolo simile alla *Secretaría de Cultura*, in particolare attraverso le loro Direzioni di Promozione Culturale.

Anche in Messico la tendenza è quella di rafforzare la decentralizzazione del settore culturale. Dalla creazione del Consiglio Nazionale per la Cultura e le Arti (CONACULTA) nel 1988, si è manifestata un'espressa volontà di dare una maggiore responsabilità agli stati nello sviluppo delle politiche e nella gestione del settore culturale, storicamente di competenza dello Stato centrale.

Interessante notare che tanto la **tendenza alla decentralizzazione** delle competenze in materia di beni culturali che il finanziamento alla cultura rispecchiano la necessità di una gestione più mirata del patrimonio culturale, non solo in paesi come l'Italia ai primi posti nelle diverse classifiche dei beni culturali, ma anche in contesti più circoscritti come la Svizzera, o in Paesi molto più vasti come il Messico.

La gestione decentralizzata della cultura riguarda anche il settore museale: analogamente a quanto accade in Italia dove il 42% dei musei pubblici sono comunali e solo il 9% appartiene al Ministero, anche in Francia, la maggior parte dei Musei (82%) è amministrata a livello Comunale e solo il 5% appartiene allo Stato. In Spagna, le amministrazioni locali gestiscono il 45.7% dei musei pubblici, mentre il 10,3% è gestito da l'amministrazione centrale e il 9.6% dai governi regionali.

<sup>2</sup> In Spagna tra 2010 e 2012 i Comuni hanno tagliato le spese per la Cultura, in percentuale, più dello Stato e delle Comunità autonome (il 33% contro rispettivamente il 26% e il 28%).

In Belgio, per promuovere **l'efficienza gestionale dei musei** e degli enti culturali statali il Governo fiammingo assegna una quota maggiore di risorse agli istituti culturali che hanno raggiunto le performance migliori. Riportato al contesto italiano, dove la gestione degli istituti culturali spesso rappresenta un vulnus, il tema della valutazione della performance, della sostenibilità gestionale e finanziaria rappresenta certamente una priorità, come si legge anche nel PON Cultura in particolare nel Pilastro 3 - Rafforzare ed innovare il sistema di *governance* dei beni e delle attività culturali (Assistenza tecnica).

In Spagna nel 2009 è stata creata la rete dei musei *Red de Museos de España* allo scopo di migliorare la cooperazione tra i musei spagnoli e la visibilità internazionale. Il network ha incorporato varie autorità pubbliche e istituzioni che hanno responsabilità per i musei. Anche per quanto riguarda la gestione e il finanziamento dei musei, si osserva una crescente tendenza all'istituzione di fondazioni miste con partenariati pubblico-privato. Emblematico è il caso del Guggenheim di Bilbao che ha avuto un co-finanziamento statale per l'investimento iniziale e oggi è sostenuto dalla quota annuale di diverse aziende della regione (oggi più di 25).

In Francia e in Spagna si assiste ad un processo di trasformazione dei musei in Fondazioni miste ovvero entità autonome, anche se dipendenti dal Ministero della Cultura. Questo status giuridico offre ai musei un quadro legale più flessibile per l'acquisizione di opere d'arte, la raccolta fondi, la gestione dei contratti, delle risorse economiche e del personale. Inoltre questo modello gestionale ha stimolato la sponsorizzazione da parte di grandi aziende spagnole.

Anche in Francia, nonostante il tradizionale ruolo centrale dello Stato in materia di politica culturale, sono state individuate delle forme giuridiche in grado di adattarsi alle nuove esigenze di gestione<sup>3</sup>. Lo Stato interviene sugli atti di costituzione per garantire la sostenibilità e l'indipendenza dell'ente esigendo la responsabilizzazione dei vertici delle strutture. La sostenibilità economica è perseguita attraverso l'integrazione di risorse economiche, e l'introduzione di attività satellite come ad esempio la creazione di antenne museali del Louvre nel Nord-Passo di Calais<sup>4</sup> e a Abu Dhabi<sup>5</sup>, nonché l'antenna del Centro Pompidou a Metz<sup>6</sup> nella regione francese della Lorena.

La gestione del patrimonio culturale è sempre più collegata a strategie di valorizzazione e promozione in termini turistici, sia per ragioni di sostenibilità economica (conservare e mantenere i siti culturali attraverso risorse pubbliche sta diventando sempre più oneroso e problematico considerato il loro progressivo calo), sia per le molteplici sinergie che si possono sviluppare in termini di attività e servizi specialmente con riferimento alle cosiddette industrie culturali e creative. A livello europeo questo binomio è stato fortemente incentivato attraverso programmi specifici e anche nell'Accordo di Partenariato si trova un impegno forte nel promuovere imprenditorialità in questi ambiti.

Dai casi internazionali si nota che, anche se formalmente le **competenze in materia di Turismo e Cultura** sono in capo a ministeri diversi, da un punto di vista operativo si sono sviluppate delle progettualità condivise e l'elaborazione di strategie per il settore culturale ha preso in esame anche le potenziali ricadute sul turismo e sullo sviluppo locale dei luoghi interessati da queste operazioni.

<sup>3</sup> In Francia si tratta di Imprese pubbliche a carattere amministrativo (EPA) e di Imprese pubbliche a carattere industriale e commerciale (EPIC).

[www.culturecommunication.gouv.fr/Ministere/Etablissements-et-services-deconcentres/Etablissements-publics](http://www.culturecommunication.gouv.fr/Ministere/Etablissements-et-services-deconcentres/Etablissements-publics)

<sup>4</sup> [www.louvre.lens.fr/](http://www.louvre.lens.fr/)

<sup>5</sup> [www.louvreabudhabi.ae](http://www.louvreabudhabi.ae)

<sup>6</sup> [www.centrepompidou-metz.fr/](http://www.centrepompidou-metz.fr/)

In Italia, il binomio turismo cultura è stato rafforzato sia a livello politico con la scelta di mantenere queste due competenze all'interno di un unico ministero, sia a livello imprenditoriale come testimonia il recente protocollo d'intesa tra Federturismo Confindustria e Federculture per avviare progetti di valorizzazione culturale e territoriale integrata e sviluppare sinergie di filiera per supportare la nascita di prodotti culturali e turistici innovativi. Si tratta di una novità rispetto al panorama internazionale in cui i due settori vengono gestiti da Ministeri o Dipartimenti separati.

La Francia ha sviluppato un sistema di promozione culturale che fa leva su alcuni grandi attrattori come il Louvre o il Centre Pompidou, di cui ha creato alcune antenne sia all'interno del territorio francese (il Louvre a Lens e il Pompidou a Metz), sia all'estero (il Louvre di Abu Dhabi, il cui progetto è iniziato nel 2010 o l'antenna spagnola del Pompidou a Malaga). Questa strategia di promozione del turismo culturale fa leva sull'attrattività di grandi centri culturali di fama mondiale e sulla loro capacità di promuovere anche iniziative minori semplicemente estendendo il loro nome e creando una sorta di brand a garanzia della qualità dell'offerta culturale proposta nelle sedi distaccate. In questo modo viene veicolato un certo immaginario culturale anche oltre le grandi capitali europee concorrendo sia a rivitalizzare città di piccole/medie dimensioni fuori dai tradizionali circuiti turistici, sia a far conoscere la cultura francese all'estero.

Con un obiettivo strategico analogo, le Fiandre si sono dotate di un altro tipo di 'antenne' per la promozione del turismo culturale. Si tratta degli uffici esteri dell'agenzia *Visitflanders* (Toerisme Vlaanderen) volta a implementare le politiche di promozione del turismo. Nonostante Turismo e Cultura siano competenze di due distinti Ministeri, l'Agenzia ha utilizzato le sedi estere per promuovere il patrimonio culturale fiammingo come veicolo per attrarre turisti internazionali e promuovere questo piccolo territorio sui mercati esteri. Le mostre internazionali di arte fiamminga sono state quindi collegate a strumenti di promozione turistica prodotti ad hoc e in parte finanziate non in ottica di mera circolazione di arte e cultura. Questi due esempi suggeriscono che le cosiddette antenne, siano esse filiali di musei o enti di promozione turistica, possono svolgere un ruolo importante non solo per veicolare dei contenuti culturali, ma anche come strumento di marketing territoriale e di applicazione di una strategia turistica.

Anche la Svizzera, ha messo al centro della sua politica culturale la diffusione della cultura nazionale all'estero. A tal fine la fondazione federale *Pro Helvetia*, destina ben il 63% dei fondi operativi annuali all'attività di promozione internazionale che viene svolta anche attraverso le attività delle sedi all'estero e con un programma a sostegno delle collaborazioni artistiche a livello transfrontaliero.

Questi casi offrono uno spunto per ripensare al ruolo degli Istituti di Cultura Italiani all'estero e per aprire una riflessione critica rispetto ad operazioni come la mostra su Pompei al British Museum<sup>7</sup> del 2013 che non è stata un'iniziativa di promozione culturale premiante per il nostro Paese. Al contrario, quella vicenda ha dimostrato come l'innovazione, la capacità manageriale e le competenze possono generare iniziative di alto livello, sia sotto il profilo culturale e divulgativo, sia sotto il profilo economico e di marketing.

<sup>7</sup> *Life and death in Pompeii and Herculaneum*, la mostra ospitata dal British Museum nel 2013 per la prima volta ha portato fuori dall'Italia diversi oggetti archeologici appartenenti al patrimonio gestito dalla Soprintendenza archeologica di Napoli e Pompei. Questa iniziativa però non è frutto di una strategia volta a far conoscere all'estero il patrimonio culturale italiano. I reperti sono stati prestati gratuitamente al Museo londinese e l'operazione è stata sponsorizzata dall'americana Goldman Sachs. La mostra ha avuto un numero di visitatori oltre le aspettative nonostante il prezzo del biglietto (15 sterline) e ha portato ingenti ricavi.

In Spagna si assiste ad una sorta di tripartizione delle competenze: la gestione della cultura e del patrimonio nazionale è di competenza del Ministero della Pubblica Istruzione, Cultura e Sport; il Turismo è competenza del Ministero dell'Industria, dell'Energia e del Turismo, mentre il Ministero degli Affari Esteri e Cooperazione è responsabile per le attività culturali internazionali, attraverso la Direzione per le Relazioni Culturali e Scientifiche dell'Agenzia Spagnola di Cooperazione Internazionale per lo Sviluppo (AECI) e la vasta rete di Ambasciate e Consolati. Inoltre, l'Istituto Cervantes, istituito nel 1991 sotto l'egida del Ministro per gli Affari Esteri e la Cooperazione, ha il mandato di promuovere la lingua e la cultura spagnola a livello internazionale ed è presente in 90 città in 43 paesi.

In Messico turismo e cultura sono competenza di due autorità diverse: il Ministero del Turismo (SECTUR) e CONACULTA. Quest'ultima però dispone di unità di Coordinamento Nazionale per il Patrimonio Culturale e il Turismo, responsabile di legare i progetti di promozione e valorizzazione del patrimonio culturale col settore turistico. La strategia nazionale per la cultura 2014- 2018 intende proprio superare questa dicotomia e sviluppare una maggiore collaborazione con altri settori economici, in particolare con il turismo.

Il Messico è un esempio di come la separazione di competenze, anziché sviluppare politiche mirate, produce delle diseconomie legate a problemi di coordinamento nella valorizzazione del patrimonio. Questo è particolarmente accentuato dal fatto che in Messico, il patrimonio naturalistico è strettamente legato al patrimonio culturale, ma l'elaborazione di programmi di gestione mista, che includano aspetti naturali e culturali è ostacolata da difficoltà di carattere amministrativo (Carillo, Mènantreau, 2012) non solo per la distinzione delle competenze, ma anche per i riferimenti giuridici che distinguono nettamente cosa cade sotto ciascuna istituzione.

Come accade in Italia anche in Messico si registrano marcate differenze nella fruizione turistica del patrimonio culturale, con un pubblico che tende a concentrarsi in poche destinazioni. Nel 2014, più della metà dei visitatori si è concentrato nei quattro siti archeologici più importanti<sup>8</sup> del paese e nei cinque principali musei. In altre parole, a fronte di un'offerta culturale ampia la capacità di attrazione dei visitatori è limitata a pochi grandi siti. Per migliorare e ampliare l'impatto del turismo culturale, SECTUR ha promosso, tra le altre cose, dei percorsi tematici che ricordano le European Cultural Routes del Consiglio d'Europa e i percorsi regionali sviluppati per creare degli itinerari di visita che interessano più località accomunate sotto un profilo storico artistico, enogastronomico, di artigianato ecc.

### **ICC: classificazioni e strategie nazionali**

Uno dei temi di grande attualità nel dibattito sul peso economico delle attività culturali e sul ruolo della cultura nei processi di sviluppo locale riguarda il settore delle Industrie Culturali e Creative (ICC). Siamo stati abituati a considerare gli aspetti problematici della relazione fra cultura e mercato, come se si trattasse di due domini incompatibili, la prima disinteressata alle logiche di mercato, l'altra che tenta di imporle anche agli ambiti artistici e culturali. In realtà il termine imprenditorialità culturale potrebbe evocare la capacità delle organizzazioni di fare leva sul valore trasformativo delle arti e della cultura a generare modelli di business sostenibili (Dubini, 2015).

Definire e circoscrivere i settori di attività che rientrano nelle cosiddette ICC non è un'operazione univoca anche in virtù del fatto che si tratta di un settore in rapida evoluzione, fortemente influenzato dalla tecnologia e dai meccanismi di produzione, distribuzione e fruizione di contenuti e prodotti.

<sup>8</sup> Teotihuacan a Città del Messico, Chichen Itzá nello Yucatan, Tulum nello Stato di Quintana Roo e Palenque nello Stato di Chiapas.

Infatti, sia a livello europeo (DCMS, ESSnet-Culture, EU Green Paper, LEG –Culture, KEA), sia a livello internazionale (NESTA, WORK Foundation, WIPO, UNCTAD) sono state elaborate delle classificazioni che forniscono dei criteri con cui perimetrare il settore e individuare specifici ambiti attività e sono stati elaborati diversi modelli e indicatori statistici che hanno prodotto una eterogeneità di fonti e di dati di non facile comparazione. La questione della delimitazione del settore e la chiarezza su che cosa realmente viene incluso e valutato quando si parla di ICC è di rilevante importanza visto che si tratta di uno dei settori in rapida evoluzione e che promette di crescere nei prossimi anni.

Con l'attuazione dei programmi europei Horizon 2020, Creative Europe e attraverso i fondi strutturali dedicati all'attuazione di Programmi Operativi per il settore Culturale, le industrie culturali e creative (ICC) sono entrate a far parte integrante della strategia dell'UE e della politica dei suoi paesi membri per favorire la crescita economica e il benessere sociale dell'area. La centralità assegnata a questo settore nel rilancio dell'economia europea deriva dal riconoscimento del forte potenziale innovativo di queste industrie rispetto ai settori manifatturieri e al terziario e del loro contributo ai processi di produzione e di innovazione in altri settori industriali (Chapain et al., 2010).

L'accresciuta attenzione dei governi per le ICC si è tradotta in un allargamento della concezione stessa della cultura da elitaria e *non for profit* ad una cultura di massa caratterizzata anche dal commercio di prodotti culturali (Pratt, 2005). I seguenti paragrafi presentano le principali caratteristiche delle strategie nazionali sviluppate dai diversi paesi per sfruttare il potenziale economico delle ICC anche rispetto ad altre attività economiche.

Parallelamente alle classificazioni della UE e delle organizzazioni internazionali, i paesi membri hanno sviluppato delle strategie nazionali rispetto ai propri settori economici e tradizioni culturali. Sono stati elaborati modelli interpretativi diversi per definire e quantificare questo settore che in parte ricade sotto l'ambito tradizionale dei servizi culturali e dall'altro ha a che fare con la tecnologia e le attività legate alla creatività, come la moda e il design che non necessariamente hanno sviluppato delle collaborazioni col settore culturale *tout court* col rischio di includere molte attività manifatturiere<sup>9</sup> (Valentino, 2013a) o di escludere settori che non sono stati ancora codificati o che non trovano adeguata corrispondenza nei codici della nomenclatura statistica delle attività economiche<sup>10</sup>.

Le tendenze descritte in seguito si riferiscono ai paesi presentati in dettaglio in questa seconda parte del rapporto: Paesi Bassi, Belgio (la regione delle Fiandre e la Vallonia), Francia, Spagna, Svizzera e Messico. L'aspetto centrale dell'analisi riguarda il contenuto e gli obiettivi delle strategie nazionali per le industrie culturali e creative in questi paesi che permettono subito di distinguere tra:

- **ICC avanzate e politiche di settore:** rientrano in questa categoria i Paesi Bassi, la Francia e la regione belga delle Fiandre dove già da tempo il potenziale delle ICC è stato riconosciuto e sostenuto. Fra questi è possibile operare un'ulteriore distinzione: i paesi pionieri, Paesi Bassi, dove l'avvio di forti politiche economiche ha permesso alle ICC di diventare un

<sup>9</sup> Per questo l'Indagine Civita ha eliminato dall'analisi le produzioni di merci che servono in modo strumentale all'industria culturale e creativa o usano in modo strumentale, come loro input, i prodotti dell'industria culturale e creativa. Questo approccio diverge da quello della Task force della rete ESSnet –Culture che pur distinguendo le professioni culturali in senso stretto e quelle che si svolgono in ambito culturale riconosce che per valutare il peso dell'occupazione culturale vadano presi in considerazione tutti i lavori che riguardano attività culturali/creative.

<sup>10</sup> La delimitazione dei settori a livello nazionale viene elaborata in base alla nomenclatura statistica delle attività economiche nella Comunità europea (NACE, 2008. Rev. 2) e al sistema di classificazione industriale dell'America del Nord (SCIAN) nel caso del Messico per essere integrata nei sistemi di statistica nazionali e fornire un quadro di riferimento per l'implementazione di una strategia politica mirata.

settore prioritario dell'economia; Francia e Fiandre in cui politiche simili sono attualmente in corso di implementazione.

- **ICC in fase di crescita e politiche ancora poco sviluppate:** fanno parte di questo gruppo la Svizzera, il Messico, la Spagna e la Vallonia dove le ICC sono diventate oggetto di considerazione politica, ma i cui settori di attività non hanno ancora raggiunto un pieno potenziale. La Svizzera e il Messico, due paesi extra comunitari, hanno puntato a dei settori specifici per la loro crescita economica a prescindere da una strategia globale per le ICC. La Spagna e la Vallonia stanno invece definendo strategie di sviluppo delle ICC secondo un processo di imitazione di altre economie e secondo le raccomandazioni dell'agenda europea.

**Tabella 1. Stato di avanzamento delle politiche per le ICC**

| Politiche ICC Avanzate                                                      | Politiche ICC in Elaborazione                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Paesi Bassi</b></p> <p>➤ ICC settore strategico dell'economia</p>     | <p><b>Svizzera   Messico (Extra UE)</b></p> <p>➤ Politiche mirate a specifici settori ICC strategici</p> |
| <p><b>Francia   Fiandre</b></p> <p>➤ ICC settore dinamico dell'economia</p> | <p><b>Spagna   Vallonia</b></p> <p>➤ ICC in fase di sviluppo e politiche ancora vaghe</p>                |

Fonte: Elaborazione propria

Uno studio che analizza l'attenzione dell'Agenda politica europea alle ICC (Cooke e De Propriis, 2011) prende le distanze da una definizione vaga ed ampia perché indebolisce il dibattito politico e l'attuazione di specifiche misure a livello nazionale e regionale. L'avvio di politiche pubbliche territoriali, ovvero collegate al tessuto culturale e imprenditoriale dei diversi territori, viene suggerito anche in uno studio di Boix *et al.* (2014) sulla distribuzione geografica delle ICC nei paesi europei. Gli autori sottolineano per altro che la tipologia delle ICC in ciascun paese dovrebbe servire da guida all'elaborazione e all'implementazione delle politiche pubbliche nazionali.

Il Regno Unito è stato il primo paese a mappare le attività creative, a produrre una definizione di questo settore economico e a farlo rientrare a pieno titolo all'interno delle politiche pubbliche riconoscendo già alla fine degli anni 90 il potenziale di sviluppo e le ricadute economiche delle attività culturali e creative (CITF, 1998; DCMS, 2001). La strategia nazionale inglese poggia su una classificazione del settore suddiviso inizialmente in 13 aree di attività, ristretto poi a 9 nel 2014 in seguito all'esclusione di settori di minore rilevanza nei contesti economici nazionali. I Paesi Bassi hanno a loro volta riconosciuto le ICC come un *top sector* dell'economia nazionale nel 2011<sup>11</sup>, ossia un ambito innovativo con un grande potenziale di crescita e hanno distinto al loro interno quattro aree di attività culturali e creative. Questi due paesi si distinguono per aver elaborato strategie politiche mirate ad accrescere la competitività di settori ICC di significativo peso nell'economia nazionale. Seguendo una dinamica simile, le Fiandre e la Francia hanno posto grande attenzione al potenziale delle ICC e hanno identificato comparti di attività di rilevanza strategica per le loro economie, anche se non è chiaramente formalizzato come nel caso dei Paesi Bassi.

<sup>11</sup> Minister van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie (2011). Naar de top: de hoofdlijnen van het nieuwe bedrijfslevenbeleid.

Al contrario, Svizzera, Messico, Spagna e la regione belga della Vallonia non hanno ancora elaborato una loro perimetrazione del settore a fini strategici, né hanno, nel caso della Spagna e della Vallonia, identificato i settori più rilevanti rispetto al loro tessuto economico. In Spagna ad esempio solo le industrie culturali sono formalmente classificate attraverso dei codici NACE ma per quantificare il loro contributo al PIL (pari al 5.9% nel 2012) la Spagna fa riferimento sia al settore culturale che incide per il 2.5% sia alle attività collegate alla proprietà intellettuale che pesano il 3.4%. Il Messico non ha sviluppato una definizione e una classificazione dei settori di attività che rientrano nell'ambito delle ICC anche se a fini statistici vengono accorpate una serie di attività classificate secondo il sistema industriale dell'America del Nord (SCIAN). La *road map* 2013 di Promexico segnala che le industrie creative d'importanza strategica per il paese sono: cinema, animazione, televisione, pubblicità, contenuto multimedia e sviluppo di videogiochi. Ci sono però dei distinguo: Svizzera e Messico, paesi federali extra UE, pur senza una quadro nazionale hanno identificato delle strategie mirate a settori specifici, mentre in Spagna e Vallonia non si riscontra una corrispondenza tra politiche per le ICC e le specificità culturali ed economiche dei territori.

### Strategie nazionali per le ICC, un approfondimento

Le strategie elaborate nei diversi paesi evidenziano lo stadio di sviluppo dei loro rispettivi settori culturali e creativi e la maturità politica di sfruttarne il potenziale con misure mirate. E' possibile distinguere paesi in cui le ICC sono già consolidate da paesi nei quali questo settore non ha ancora un evidente peso economico e non è ancora parte integrante delle strategie di sviluppo.

Alla prima categoria appartengono i Paesi Bassi, le Fiandre e la Francia i cui governi sono in grado, grazie all'esperienza acquisita, di elaborare misure di sostegno specifiche e mirate. Questi paesi hanno riconosciuto non solo il potenziale delle ICC per la crescita del mercato interno, ma hanno anche l'apporto di queste industrie nel rafforzare settori tradizionali dell'economia inserendosi in filiere produttive esistenti apportando elementi di innovazione e competitività. Lo stadio avanzato di questi paesi nel settore delle ICC si riscontra anche nell'attenzione rivolta alle possibilità di sviluppare il settore creativo a livello internazionale.

Alla seconda categoria appartengono invece la Svizzera, il Messico, la Vallonia e la Spagna che rappresentano casi particolari, difficilmente paragonabili, emblematici però di due diversi approcci: da un lato l'identificazione e il sostegno a specifici settori di attività; dall'altro un interesse generale per le industrie culturali e creative che non si traduce in misure adeguate a sviluppare questo settore e a connetterlo col tessuto imprenditoriale.

Rappresentative della prima tendenza sono la Svizzera e il Messico, entrambi paesi extra comunitari. La Svizzera, anche in virtù della dimensione circoscritta del suo settore ICC, ha individuato all'interno della classificazione nazionale due mercati prioritari tra i tredici previsti – il design e i media digitali interattivi – quali industrie principali per rafforzare la sua posizione di leader globale nel settore dell'innovazione (cf. Global Innovation Index).<sup>12</sup> Le misure politiche adottate sono quindi mirate e non si rivolgono in modo generalizzato a tutte le ICC proprio per mantenere un elevato livello di competitività sui mercati globali in quei settori in cui il paese ricopre già livelli di eccellenza.

Il Messico presenta una situazione simile, qui le ICC si sono sviluppate principalmente nei settori dell'audiovisivo e delle tecnologie digitali, mercati importanti soprattutto nel mondo ispanofono. Molte azioni sono state implementate dal governo federale e dagli stati per rafforzare questi specifici settori creativi strategici e collocare il Messico tra i venti più grandi esportatori mondiali di prodotti creativi. Benché siano stati creati numerosi fondi di finanziamento pubblici per favorire la crescita di

<sup>12</sup> Ufficio Federale della Cultura (UFC), Messaggio sulla Cultura 2016-2020. <http://www.bak.admin.ch/themen/04135/index.html?lang=it>

questi mercati, sono molto recenti le misure e le azioni di sostegno rivolte ad uno spettro più ampio di attività creative, culturali ed artistiche tramite l'allocazione di fondi e la creazione di incubatori per l'accompagnamento all'imprenditorialità. Di conseguenza, il mercato messicano delle ICC è, come nel caso della Svizzera, ancora molto concentrato in pochi settori, con attività collocate principalmente nella Città del Messico e a Guadalajara.

Rispetto ai casi precedenti, la Spagna e la Vallonia rimangono staccate anche per le maggiori difficoltà economiche che hanno attraversato negli ultimi anni che hanno frenato la crescita ed il rafforzamento delle loro economie. Nonostante la Spagna abbia un patrimonio culturale importante, le industrie culturali e creative sono ancora poco sviluppate rispetto ad altri paesi europei, un ritardo che il governo si sforza di colmare con una strategia politica ambiziosa che prevede investimenti e una approccio intersettoriale, ma con risultati ancora poco apprezzabili. A livello nazionale, le attività economiche delle ICC si collocano principalmente nelle due agglomerazioni urbane principali del paese, ossia a Barcellona, capitale della comunità autonoma della Catalogna, e a Madrid.

Nel caso della Vallonia, le ICC costituiscono lo strumento centrale del piano di rigenerazione economica della regione fortemente colpita dalla deindustrializzazione. Il programma *Creative Wallonia* implementato nel 2011 pone le basi della transizione da un sistema industriale manifatturiero ad un'economia creativa. Al contrario della Spagna, lo sviluppo delle ICC in Vallonia viene implementato in una regione che non ha un passato artistico e culturale così importante e nella quale tutto è ancora da fare. Con un budget di 8 milioni all'anno di finanziamenti pubblici e fondi strutturali, *Creative Wallonia* pone l'innovazione al centro dell'economia e promuove l'implementazione di un approccio economico collaborativo e trasversale tra PMI, settore pubblico, istituti di istruzione e la comunità. Nel 2013, l'esemplarità di questo processo di trasformazione economica è stata riconosciuta dalla Commissione Europea con il conferimento del titolo *European Creative District*.

Diversamente dai casi sopra illustrati, nei paesi in cui il settore delle ICC è maturo si assiste ad un progressivo allargamento delle attività creative anche in aree meno centrali (Boix et al., 2014). La Francia nel 2014 ha avviato un programma di rete nazionale – l'etichetta French Tech<sup>13</sup> – riconoscendo il potenziale innovativo di altre città rispetto al capoluogo parigino, come Lyon, Aix-Marseille, Nantes. A giugno 2015 è prevista l'estensione della rete French Tech anche ad intere regioni tra cui la Normandia, la Costa Azzurra, e l'Alsazia.

Per quanto riguarda i Paesi Bassi, i governi locali di città come Rotterdam, Utrecht e L'Aia hanno sviluppato politiche per le ICC poco dopo il riconoscimento della loro importanza strategica da parte del governo centrale nel 2004 (Ministry of Education, Culture and Science, 2014).

Questi paesi, in cui le ICC hanno raggiunto uno stadio di sviluppo avanzato, hanno fatto un passo ulteriore individuando all'interno del segmento ICC le industrie strategiche (industrie faro) di particolare rilevanza in termini di fatturato e valore aggiunto e capaci di competere sui mercati internazionali. In Francia dell'editoria, della musica e dei videogiochi; nelle Fiandre la moda. Invece i Paesi Bassi considerano l'intero settore delle industrie creative come uno dei 9 *top sectors* dell'economia olandese su cui basare lo sviluppo economico del Paese. Attraverso questa politica di identificazione dei settori strategici avviata nel 2011, l'Olanda ha stimolato l'avvio di filiere intersettoriali tra ICC e settori tradizionali dell'economia come ad esempio l'ambiente e la salute che rientrano nei *top sector* delle politiche industriali olandese (Ministry of Education, Culture and Science, 2014).

<sup>13</sup> [www.lafrenchtech.com](http://www.lafrenchtech.com)

Questo approccio intersettoriale è stato promosso anche nelle Fiandre attraverso tre strumenti pubblici<sup>14</sup> a supporto di partenariati creativi con operatori di altri settori.

Nei Paesi Bassi, nelle Fiandre e in Francia i governi hanno istituito consigli per le ICC incaricati di identificare criticità e di revisionare le condizioni quadro del settore. Nei Paesi Bassi, il ruolo del governo si limita alla definizione delle condizioni di funzionamento dei mercati, lasciando di fatto al Consiglio la definizione delle strategie. I consigli uniscono attori privati, imprenditori ed esperti, e insieme permettono ai governi di intrattenere un dialogo costante con l'industria.

Fin dal 2012 il Consiglio delle Industrie Creative inglese (CIC)<sup>15</sup> ha concentrato la sua azione sui temi dell'accesso al finanziamento, la formazione e l'acquisizione di conoscenze, i mercati esteri, la proprietà intellettuale e le infrastrutture. Tra i suoi compiti principali, il CIC ha lanciato *CreateUK* una strategia mirata ad aumentare la produzione e l'occupazione nel settore, e ha collaborato con la UK Trade & Investment, un'Agenzia del Governo, per rafforzare la posizione delle ICC inglesi sui mercati internazionali. Le misure prevedono di favorire la crescita di compagnie creative inglesi già presenti sul mercato globale; l'accompagnamento a nuove compagnie pronte all'esportazione, nonché la ricerca di nuove opportunità di investimento con partenariati internazionali (UK Trade & Investment, 2014).

In modo simile il Consiglio Creativo Olandese<sup>16</sup> è rappresentato da un *top team* composto da un accademico, un alto funzionario, un imprenditore del settore ICC ed un PR, col compito sia di consigliare ed accompagnare gli imprenditori e le aziende creative, sia di guidare il governo nell'elaborazione di azioni mirate al settore. Un'altra iniziativa olandese dedicata allo sviluppo delle ICC è rappresentata da CLICKNL<sup>17</sup>, il network olandese degli istituti di ricerca specializzati nelle ICC i cui scopi includono sia il networking tra ricercatori e imprenditori, sia lo sviluppo di collaborazioni con altri settori dell'economia per promuovere l'innovazione e la competitività.

La Consulta delle Industrie Creative delle Fiandre (OCI)<sup>18</sup> composta da 26 rappresentanti delle ICC elabora e porta all'attenzione del governo indicazioni di policy e misure operative sulle seguenti tematiche: cluster, internazionalizzazione, professioni creative, imprenditorialità, infrastrutture, finanza e fiscalità. Ad esempio, rispetto al tema degli incentivi economici sono di particolare interesse il programma di prestiti *Win Win* e lo Schema di garanzia del Governo che stabiliscono condizioni vantaggiose per incoraggiare l'investimento del settore privato nell'imprenditorialità creativa.

La Francia, infine, si è concentrata sulle criticità collegate alla digitalizzazione dotandosi di un Consiglio superiore della proprietà letteraria e artistica<sup>19</sup>. Si tratta di una piattaforma unica di dialogo e mediazione tra tutti gli attori coinvolti nella produzione e diffusione di beni culturali esposti alle sfide della tecnologia. Osservatore privilegiato dei mercati culturali, il Consiglio orienta il Ministero nell'aggiornamento del quadro normativo per adattarlo ai bisogni dei professionisti e favorire l'esportazione di mercati culturali di contenuto all'internazionale.

<sup>14</sup> Box 11, p. 93: 1) Call voor Innovatie met de Creatieve Industrieën (CICI) (2013 e 2014); 2) Art&D (Art & Development); 3) Sociale Innovatie Fabriek

<sup>15</sup> <https://www.gov.uk/government/groups/creative-industries-council>

<sup>16</sup> <http://www.government.nl/issues/entrepreneurship-and-innovation/investing-in-top-sectors/creative-industry>

<sup>17</sup> <http://www.clicknl.nl/>

<sup>18</sup> <http://www.flandersdc.be/nl>

<sup>19</sup> [www.culturecommunication.gouv.fr](http://www.culturecommunication.gouv.fr)

Un tratto comune di paesi anche molto diversi è che le ICC sono considerate dai governi come uno strumento di sviluppo economico, piuttosto che come una finalità. Riconosciute per il loro forte potenziale innovativo, le ICC sono apprezzate principalmente per la loro capacità di generare ricadute economiche non solo all'interno del settore, ma anche al di fuori e di creare sinergie importanti tra settori diversi. Tuttavia i casi considerati suggeriscono che si tratta di un percorso difficile che richiede politiche capaci di affrontare e tenere assieme molteplici fattori legati alla natura specifica di queste industrie.

### ICC e potenzialità per i territori

Il fenomeno delle industrie culturali e creative come nuovo settore capace di sostenere e rilanciare le economie è spesso associato ad una **dimensione urbana**: ossia alla tendenza delle ICC di insediarsi nelle grandi aree metropolitane caratterizzate da una certa concentrazione di opportunità ed iniziative legate sia ad un ecosistema di innovazione e produzione – centri di ricerca, università e mondo imprenditoriale (Lazzeretti *et al.* 2012) – sia ad un contesto sociale e produttivo capace di attrarre e trattenere un pool di talenti eterogeneo e qualificato.

I casi internazionali confermano il carattere urbano di questo settore, generalmente tipico delle aree metropolitane, anche se si osservano diversi gradi di concentrazione. In un paese come l'Italia, con un territorio caratterizzato da piccoli paesi<sup>20</sup> si osserva una maggior distribuzione delle ICC tra aree metropolitane e città di medie dimensioni. La Francia, con tre quarti dell'occupazione creativa a Parigi (IAU, 2011), sono paesi con una forte concentrazione delle ICC nella capitale. In Svizzera, al contrario, non è la capitale (Berna), ma la città di Zurigo, a registrare la presenza maggiore di ICC e distinguersi come il maggior polo per l'occupazione creativa nel paese (Power, Nielsén, 2011). Anche in Olanda la capitale non ha un peso preponderante, anche se si trova conferma della tendenza alla concentrazione urbana di queste attività. In Spagna, il 50% dell'occupazione creativa si trova tra Madrid e Barcellona (Boix e Lazzeretti, 2011) e in Messico oltre l'80% dell'occupazione creativa si concentra nelle tre maggiori città: Città del Messico, Guadalajara e Monterrey (Navarrete, 2011) e i più importanti cluster creativi si sono sviluppati principalmente nelle grandi città, come diretta conseguenza della concentrazione geografica della filiera di produzione, distribuzione, consumo culturale e dell'offerta formativa tipiche delle aree urbane con una grande densità di popolazione.

Nonostante vengano spesso associate alle nuove tecnologie e alla portata innovativa di creativi stranieri, le ICC si trovano a fare i conti con due realtà apparentemente contrastanti: da un lato, un mercato globale e una forte competitività internazionale che rischia di alimentare comportamenti opportunistici e speculativi dettati da una continua ricerca di attrattività che rende questo settore instabile (Dubini, 2015); dall'altro una dimensione territoriale di tradizioni, *know how*, risorse locali che rappresenta, specialmente per quanto riguarda l'Italia<sup>21</sup>, l'*humus* in cui far crescere nuove imprese o rinnovare settori tradizionali.

La tendenza alla concentrazione geografica delle imprese culturali e creative (Scott, 2000, Pratt 2004), alimentata anche da politiche per la riqualificazione urbana e lo sviluppo del comparto ha anche una spiegazione socio-culturale legata ai fattori identitari e alle competenze tacite (Santagata, 2004).

<sup>20</sup> Quasi la metà dei siti culturali (47,5%) si trova in comuni fino a 10 000 abitanti e il 16,9% in piccoli comuni con meno di 2 000 abitanti.

<sup>21</sup> Lo studio ERVET del 2012 sulle ICC dell'Emilia Romagna ha elaborato una definizione del settore che fa riferimento a tre dimensioni: l'utilizzo di saperi culturali nuovi e tradizionali quale input di produzione, la produzione di contenuti estetici, l'accezione 'artigiana' della produzione volta all'unicità del prodotto finale. Questa è una definizione che ben si addice al caso italiano, proprio per la sua vocazione artigianale e il *know how* espressione delle specificità locali.

Ne sono un esempio il *Viaduct des Arts* per l'artigianato a Parigi e il distretto dell'architettura a Rotterdam, settore tradizionale di questa provincia olandese.

Infatti, essendo industrie basate su contenuti simbolici, sulla creatività e l'innovazione, le ICCs hanno una forte dimensione territoriale e possono diventare un fattore di differenziazione delle economie locali e un tratto distintivo dei territori. Questo radicamento territoriale si evince anche dalle scelte delle politiche settoriali regionali che tendono a spingere verso una specializzazione basata sui poli industriali più competitivi, ad esempio tramite politiche di cluster come nel caso del design a Berna, l'architettura a Rotterdam e l'industria televisiva a Cardiff.

In alcune esperienze regionali italiane è proprio il radicamento territoriale la caratteristica che meglio descrive, accomunandole, politiche di sviluppo declinate su fronti diversi: ne sono esempio i Laboratori Urbani che in Puglia coniugano la riqualificazione di edifici in disuso e l'occupazione giovanile attraverso la promozione di imprenditoria creativa e i distretti culturali evoluti, che in Lombardia e nelle Marche si basano proprio sul tessuto socio-culturale ed ambientale locale quale presupposto per lo sviluppo economico e il miglioramento della qualità della vita sul territorio.

Allo stesso modo si osserva che distretti nati da scelte politiche senza connessioni con gli *asset* territoriali non riescono ad entrare in simbiosi con l'ambiente e sono difficilmente sostenibili nel lungo periodo come dimostra la Città delle Arti e delle Scienze a Valencia (si veda box 23 pag. 147), complesso sottoutilizzato e considerato un'opera inutile dalla comunità locale.

Il collegamento delle ICC con le potenzialità del territorio e la domanda locale dovrebbe rappresentare il presupposto per uno sviluppo autonomo (Borgomeo, 2013) e scongiurare i gravi problemi di sostenibilità economica che caratterizzano molte imprese in questo settore. Infatti, proprio perché la tecnologia facilita l'autoproduzione e la circolazione di contenuti diventa sempre più urgente che questi siano qualitativamente di alto livello e che la tecnologia sia funzionale all'innovazione di diversi settori produttivi. L'Unione Europea, anche attraverso il progetto pilota "European Creative Districts", sta insistendo molto sull'uso dell'innovazione delle ICCs per rilanciare le economie regionali e i settori tradizionali attraverso attività con un maggiore valore aggiunto e nuovi mercati di nicchia.

Il legame tra dimensione urbana e ICC non si limita esclusivamente alle condizioni di contesto favorevoli e ai processi di cross-fertilization che si possono generare tra settori produttivi limitrofi. Il nesso tra i due è stato talvolta volutamente ricercato attraverso specifiche operazioni di riqualificazione urbana o di riconversione di aree industriali. Poiché i distretti culturali e creativi spesso attirano anche attività non strettamente correlate a questo settore, sono ormai riconosciuti come catalizzatori di processi di rigenerazione sia in termini industriale sia in termini socio-culturale con ricadute anche in termini di stile di vita, fruizione culturale e immagine dei territori.

I casi internazionali mostrano esempi di "creatività rurale" (McGranahan e Wojan, 2007) e politiche di supporto alle ICCs al di fuori delle grandi metropoli proprio con lo scopo di promuovere queste attività come fattore di sviluppo regionale<sup>22</sup>. Anche città con minore densità abitativa e produttiva e zone rurali puntano ad essere riconosciute come centri creativi per incrementare la loro attrattività, la qualità di vita degli abitanti e sviluppare i flussi turistici. Genk, di 64 000 abitanti nelle Fiandre, ha puntato a sviluppare competenze creative per riposizionarsi da città industriale a città

<sup>22</sup> Nel caso inglese, ad esempio, mentre si riconosce l'importanza decisiva della città di Londra nell'economia creativa nazionale, le politiche del governo cercano di ampliare i benefici ad altre regioni, riconoscendo che le ICC hanno un effetto moltiplicatore più ampio della città di Londra e della sua regione.

creativa e per meglio sfruttare il suo patrimonio storico culturale. Langenthal, di 15 000 abitanti nel Cantone di Berna, ospita un centro di design di portata internazionale che si è rivelato anche un attrattore turistico; riconosciuto dal cantone come un polo di competenza per il design è supportato da una politica di cluster regionale.

## Il ruolo delle Università

Sia quando i distretti creativi si creano in virtù di condizioni di contesto favorevoli, sia quando sono espressione di politiche mirate, il ruolo di Università e centri di ricerca risulta cruciale non solo per le singole imprese creative attraverso programmi e servizi di accompagnamento, ma anche a livello politico per elaborare e monitorare le strategie.

Per assicurare un adeguato collegamento tra programmi formativi ed esigenze professionali e del mercato del lavoro, sono stati avviati programmi di formazione specifici, come il master in design industriale del Consiglio Bilbao-Bizkaia per sostenere i distretti creativi a Bilbao e il programma di formazione cinematografica della BBC Wales per sostenere il Dr Who Experience Center a Cardiff. L'ID Campus a Vallonia offre una formazione interdisciplinare che riflette la logica sempre più diffusa di sviluppare ricadute multisettoriali anche in settori economici non direttamente collegati all'ambito culturale.

L'incubatore DNAMO a Rotterdam dell'Università Tecnologica di Delft e l'Università per le Science Applycate, o l'incubatore dell'Università di Arte di Zurigo promuovono l'imprenditorialità e offrono servizi per imprese creative. Questo secondo esempio è particolarmente interessante trattandosi di una Facoltà di Arte perché rappresenta un modello nuovo rispetto alla lunga tradizione di supporto all'imprenditorialità e al trasferimento tecnologico come prerogativa delle università scientifiche.

Per quanto riguarda il ruolo di supporto strategico le Università partecipano all'elaborazione e valutazione delle politiche pubbliche e spesso fanno parte di accordi stipulati dal governo, col mondo industriale e scientifico per stimolare l'innovazione, come la Consulta delle Industrie Creative nelle Fiandre, il gruppo di lavoro per il programma Vallonia Distretto Europeo Creativo o il gruppo di lavoro per definire le ICCs d'importanza strategica nel Messico. Le Università, oltre ad apportare conoscenze specializzate, spesso operano come facilitatori, anche per la reputazione di cui godono, nello sviluppo di legami e collaborazioni tra il pubblico e il privato (Roodhouse, 2009).

Alcuni governi inoltre coinvolgono Università di prestigio internazionale per beneficiare del loro expertise. In Messico, la progettazione della "Città Creativa Digitale" per lo sviluppo dei media digitale a Guadalajara è stata affidata al Massachusetts Institute of Technology<sup>23</sup>; mentre la metodologia di valutazione per le politiche del programma regionale Vallonia Creativa<sup>24</sup> è stata elaborata dall'*Haute École de Commerce* di Montreal.

Trattandosi di industrie basate sulla conoscenza, che impiegano professionisti altamente qualificati, le ICCs possono generare ricadute in termini di innovazione anche in altri settori dell'economia favorendo la competitività delle regioni e la loro attrattività. Il settore ha dimostrato una

<sup>23</sup> Il MIT, più precisamente il gruppo di ricerca SENSEable City Laboratory, possiede un'expertise rilevante nella pianificazione urbana attraverso soluzioni digitali creative, e fornisce consulenze a governi nazionali e locali.

<sup>24</sup> La valutazione del programma è stata affidata a Mosaic, gruppo di ricerca specializzato nel management della creazione. L'HEC e Mosaic hanno anche ospitato un corso di formazione per policy-maker del programma Vallonia Creativa.

rapida ripresa dalla recessione ed è riconosciuto per la sua resilienza e dinamicità (Ernst and Young, 2014).

Dai casi internazionali emerge un progressivo riconoscimento da parte delle politiche regionali e locali della capacità delle ICC di rivitalizzare l'economia e, in particolare, di migliorare la competitività dei territori puntando sull'innovazione, la ricerca e la tecnologia (come suggerisce anche la *smart specialization* dell'UE). Molte politiche settoriali per le ICCs puntano a sostenere le economie colpite dalla crisi e dal declino delle industrie tradizionali per un nuovo equilibrio socio-economico. A Rotterdam, l'industria audiovisiva, il Rotterdam Film Festival e altri settori creativi hanno dato un nuovo corso allo sviluppo economico della zona portuale dopo il crollo del settore navale. Genk, nelle Fiandre, cerca di stabilizzare la propria economia dopo la crisi dell'industria automobilistica e porsi come una città creativa, legando il patrimonio industriale alle ICCs attraverso un centro multidisciplinare che offre formazione e incubazione per imprese creative. La regione Vallonia ha reagito al declino dell'industria pesante modernizzando il sistema economico regionale con apposite misure e un programma quadro di sostegno ai settori creativi che puntano allo sviluppo di talenti. Grazie a questo percorso la Vallonia è stata riconosciuta Distretto Creativo Europeo. Una logica analoga si osserva in altre città come Glasgow e Liverpool<sup>25</sup>.

Se a livello generale questi casi suggeriscono che le ICC possono avere un ruolo determinante nel dare una prospettiva di sviluppo diversa a città e regioni, l'impatto in termini occupazionali non è sempre significativo. A Rotterdam l'effetto delle politiche per le ICC sull'occupazione è stato modesto: circa 3000 posti creati in oltre 15 anni su un'occupazione cittadina di oltre 300.000 impiegati. Ci sono inoltre dubbi sulla tenuta degli incubatori dopo il taglio del finanziamento pubblico.

Nonostante i dati sull'impatto delle ICC siano controversi a seconda del fenomeno osservato, il potenziale delle ICCs per lo sviluppo regionale è riconosciuto anche dall'UE attraverso una grande varietà di progetti per lo sviluppo socio-economico delle regioni e per la rigenerazione urbana e rurale attraverso la cultura e le attività creative. Ad esempio, la creazione del RDM Campus a Rotterdam, il progetto "A future creative hotspot" di Genk (C-Mine), l'impianto del Louvre- Lens nella regione Nord-Pas de Calais, l'Arnhem Fashion Factory (Paesi Bassi), il Creative Factory a Rotterdam, la Città delle Arti e delle Scienze di Valencia sono stati finanziati con Fondi FESR.

Come emerge dai casi internazionali, l'inclusione di elementi culturali e creativi nelle politiche di rigenerazione urbana è una prassi oramai diffusa, talvolta in abbinamento a strumenti per lo sviluppo d'impresa come gli incubatori per imprese creative. Come illustrato nella tabella seguente è possibile identificare quattro tipi di iniziative.

**Tabella 2. Forme di rigenerazione urbana attraverso le ICC**

|        | Architetture dal valore iconico                                                                                                        | Mega- eventi culturali                                                                                                                    | Recupero di spazi e valorizzazione del patrimonio storico/industriale                                                                                             | Distretti                                                                                                                                           |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Esempi | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turner Contemporary (Margate, UK)</li> <li>• Gateshead Cultural Venues (Newcastle)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Liverpool Capitale Europea della Cultura</li> <li>• Rotterdam Città dell'Architettura</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Basislager (Zurigo)</li> <li>• Creative Factory (Rotterdam)</li> <li>• Museo di arte</li> <li>• Contemporanea</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arnhem Fashion Factory (Paesi Bassi)</li> <li>• Cent quatre (Parigi)</li> <li>• Ciudad Creativa</li> </ul> |

<sup>25</sup> La rivitalizzazione economica di città post-industriali attraverso le ICCs è una peculiarità dei paesi Europei. Trattandosi di un'economia emergente, il Messico è un caso diverso.

|                                                                                                                       |  |            |                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tate Modern (Londra)</li> <li>• Louvre- Lens (Nord Pas-de-Calais)</li> </ul> |  | (Vallonia) | Digital (Guadalajara) <ul style="list-style-type: none"> <li>• RDM Campus (Rotterdam)</li> <li>• 22@Barcelona</li> </ul> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Fonte: Elaborazione propria

La tipologia prevalente nei casi internazionali<sup>26</sup> è la creazione di distretti (iniziative di cluster<sup>27</sup>). Tuttavia, la classificazione sopra presentata serve unicamente ad individuare i driver principali dei processi di rigenerazione urbana, ma spesso queste operazioni hanno radici e ricadute più ampie e sono l'esito di processi articolati che fondono insieme diverse iniziative; generano sottoprodotti e innescano dinamiche non previste. Talvolta, dalla costruzione di un edificio simbolo si sviluppa un distretto, così come i mega-eventi possono attirare investimenti per costruire edifici simbolo o stimolare il recupero di spazi inutilizzati.<sup>28</sup>

Il successo del Museo Guggenheim a Bilbao, che ha portato importanti ricadute sull'economia locale, anche conosciuto come "l'effetto Bilbao"<sup>29</sup> ha stimolato operazioni simili in altri Paesi. Questa strategia di "*hard-branding*" poggia su una logica di marketing delle destinazioni, per attirare turismo legato alla produzione e al consumo culturale (Evans 2009). Se benefici economici e turistici sono più facilmente riconoscibili e misurabili<sup>30</sup>, non v'è consenso sull'efficacia di queste strategie per la rivitalizzazione del settore artistico e culturale (Plaza 2008, Rodriguez *et al.* 2001; Vicario and Martinez-Monje 2003). Infatti, la sostenibilità delle strategie basate sulle nuove grandi opere architettoniche è sempre più messa in discussione. Particolarmente, si critica la distanza tra certe operazioni immobiliari e la domanda culturale e una inadeguata lettura dei bisogni e delle potenzialità culturali della scena artistica locale. L'effetto di *gentrificazione* è una delle principali critiche alla rigenerazione urbana basata sulla cultura e le ICCs, con effetti sul valore immobiliare e dinamiche sociali collegate all'arrivo della classe creativa. Si critica la strumentalizzazione delle agende culturali a scopi economici e il mancato equilibrio tra gli obiettivi culturali, sociali, urbanistici ed economici (Garcia, Cox, 2013).

Un caso interessante che presenta una logica diversa è il progetto di distretto creativo di Guadalajara, in Messico, in cui la collocazione del cluster mira anche alla rivitalizzazione del centro storico della città e occuperà un'area di 50 ettari che connette la parte più ricca della città e quella povera, svolgendo una funzione di cerniera tra due ambienti sociali e culturali molto diversi.

<sup>26</sup> Per il gran numero e l'eterogeneità delle iniziative, si rinvia alle schede di sintesi in appendice

<sup>27</sup> Il termine "cluster" usato da Porter (1990) designa economie regionali inter-correlate, ove l'integrazione delle unità economiche non è solo spaziale ma anche e soprattutto istituzionale e relazionale. Nella pratica però i termini distretti, cluster e hub culturali e/o creativi sono usati indifferenziatamente.

<sup>28</sup> Esempio di strategia "mista" è la realizzazione del Museo Louvre a Lens in un'antica miniera, attorno al quale si cerca di consolidare un distretto per l'artigianato servendosi della "vetrina mondiale" che offre il Museo (Euralens, 2010).

<sup>29</sup> Il Guggenheim attira più di un milione di visitatori al anno e ha un impatto importante sull'economia locale.

<sup>30</sup> Un limite nella valutazione delle strategie riguarda la mancanza di studi comprensivi che documentino lo stato ex ante agli investimenti e gli impatti a lungo termine. Inoltre è difficile stabilire relazioni di causalità tra gli investimenti nelle ICCs e gli outcomes, soprattutto quando si tratta di interventi articolati e contestuali. La sfida della valutazione è di riuscire a disaggregare gli impatti che non sono correlati all'iniziativa specifica.

Evidentemente non esiste un unico modello (*one fits all*) per la rigenerazione urbana attraverso le ICCs. Eppure si assiste ad una crescente e pericolosa imitazione delle politiche a partire da casi di successo emblematici che rischia di mettere in atto progetti che non riconoscono le espressioni culturali del territorio e non sanno quindi fondare il proprio vantaggio competitivo su risorse intrinseche.

Rispetto ad una lunga tradizione della rigenerazione basata sulle grandi opere architettoniche, le politiche pubbliche e le strategie industriali si concentrano sempre di più sulla rigenerazione basata su infrastrutture “soft”, come iniziative di cluster, spazi creativi e l’organizzazione di eventi culturali a grande scala come l’Iniziativa Capitale Europea della Cultura<sup>31</sup>.

Un’altra modalità di rigenerazione urbana consiste nel riutilizzo di spazi come luoghi d’interesse culturale o attività legate alle ICCs, come l’uso dei vuoti lasciati dalle bombe della II guerra mondiale a Rotterdam per ospitare studi di architettura, o la riconversione di siti ex industriali che offrono il vantaggio competitivo di un basso valore immobiliare.

Invece, nel caso di siti d’importanza patrimoniale, la loro riapertura permette di abbinare la salvaguardia con lo sfruttamento del loro potenziale turistico, economico e culturale attraverso nuove funzioni. I casi internazionali presentano numerosi esempi: il RDM Campus (Rotterdam) con sede in un ex cantiere e la C-mine (Genk) in un’ex miniera sorgono entrambi in siti classificati come patrimonio nazionale e le attività sviluppate sono coerenti con l’identità storica di questi siti: il primo è connesso alle tecnologie marittime, mentre il secondo ha un centro dedicato all’attività mineraria. Per entrambi, la co-esistenza del patrimonio storico con funzioni contemporanee è un fattore distintivo.

In alcuni casi il riutilizzo di edifici dismessi ha portato all’inclusione nella lista dei siti Patrimonio UNESCO. Ne sono esempi il Parco Miniera Almaden in Spagna utilizzato come centro culturale (si veda pag 151, box 21) il Museo Grand Hornu in un’ex-miniera in Vallonia e il Museo Louvre che sorge su un’ex-miniera nella piccola cittadina di Lens.

### Le dinamiche occupazionali nelle ICC

Secondo la definizione del Dipartimento Inglese per la Cultura (DCMS 2001) le *creative industries* sono frutto della creatività individuale e generano ricchezza attraverso il diritto d’autore (CITF, 1998). Dunque prima ancora di individuare i settori di attività, questa definizione identifica le due condizioni che contraddistinguono questo settore e che infatti ritroviamo come elementi di attenzione in diversi paesi per comprendere le dinamiche occupazionali e la sostenibilità di queste industrie. **La prima** riguarda il rapporto tra creatività individuale e creazione di lavoro: in diversi Paesi emerge il problema legato alla dimensione delle cosiddette industrie creative, spesso si tratta di freelance o microimprese che faticano a stare sul mercato e ad avere accesso al credito; **la seconda** riguarda la **proprietà intellettuale** che è stata utilizzata, ad esempio, dall’Organizzazione Mondiale per la Proprietà Intellettuale (WIPO) sia per delimitare il settore delle industrie creative, sia come parametro per valutare quanto una regione sia realmente “creativa” e non invece fornitrice di manodopera per prodotti/servizi che mantengono altrove il design, i brevetti e la progettazione.

<sup>31</sup> Questa iniziativa europea è spesso sfruttata in logica di rigenerazione urbana e come momento catalizzatore di processi di sviluppo locale (nuove infrastrutture, creazione di lavoro, turismo) Uno studio sulle ricadute della candidatura di Liverpool (Garcia, Melville, COX, 2010) indica un aumento dell’8% del commercio creativo e 9.7 milioni di visitatori aggiuntivi.

### Dimensioni aziendali

La struttura e la dimensione delle industrie creative varia notevolmente in relazione agli ambiti di attività: il software e la televisione tendono a includere grandi multinazionali insieme a MPMI, mentre l'architettura e la creazione artistica tendono ad avere mercati più frammentati, con una presenza significativa di micro e piccole imprese. Nonostante l'eterogeneità, la maggior parte delle aziende nelle ICCs sono di piccole dimensioni, con una prevalenza di microimprese con meno di dieci impiegati (HKU, 2010), come si legge nella tabella seguente.

**Tabella 3. Media di impiegati per impresa in diversi settori creativi**

|                                  | Numero d'impiegati in media |            |            |          |
|----------------------------------|-----------------------------|------------|------------|----------|
|                                  | Francia                     | Belgio     | Spagna     | Svizzera |
| Pubblicità                       | 9.3                         | 7.3        | 3.6        | 4.7      |
| Creazione artistica              | 2.7                         | 4.9        | 5.1        | 3.1      |
| Musei e patrimonio               | 15.7                        | 8.2        | 24.9       | 8.2      |
| Stampa e editoriale              | 10.2                        | 13.3       | 8.5        | 10       |
| Radio e tv                       | 7.9                         | 18.6       | 6.3        | 7.6      |
| Vendita e distribuzione          | 2.6                         | 3.3        | 1.6        | 3        |
| Software                         | 10.6                        | 13.1       | 5.7        | 5.9      |
| <b>Media per tutti i settori</b> | <b>8.4</b>                  | <b>9.8</b> | <b>7.9</b> | <b>6</b> |

Source: Cluster Observatory, 2001

I professionisti nei settori artistici e creativi rappresentano il gruppo più incline al lavoro autonomo. In Spagna, il 61% delle aziende culturali non ha dipendenti, il 32% ne conta da uno a cinque e solo lo 0,7% ne impiega più di cinquanta (MEDC, 2014). In Francia, più di un quarto degli occupati nelle imprese creative è un professionista autonomo; dato quasi tre volte superiore a quello registrato negli altri settori dell'economia francese (Insee, 2015). Nel 2010 la dimensione media dell'impresa creativa olandese non raggiungeva le due unità e il 36% dei professionisti creativi nei Paesi Bassi era auto-occupato (MECS, 2013) e in Gran Bretagna, la percentuale raggiungeva il 47.4% (Creative and Cultural Skills, 2011).

Le grandi imprese sono scarse ma incidono in modo rilevante sul peso complessivo del settore. Nel caso Fiammingo, ad esempio, prevalgono le microimprese da uno a tre dipendenti, ma le aziende con più di cinquanta dipendenti, pur essendo marginali, contribuiscono per oltre il 40% al fatturato annuale, mentre le imprese di medie dimensioni sono sostanzialmente assenti. Anche in Italia il settore culturale e creativo si caratterizza per imprese di piccola dimensione a dimostrazione del fatto che, almeno nel nostro paese, si tratta di un ambito di attività che ha più natura artigianale che industriale (Valentino, 2013 b).

Questo divario fra le grandi imprese consolidate e le micro-piccole imprese emergenti ha creato una situazione quasi di monopolio in cui poche grandi società coprono importanti fette di mercato, mentre le piccole imprese operano, o come fornitori di servizi all'interno di una filiera guidata da grossi gruppi, oppure occupano settori di nicchia o parti residuali del mercato principale. Questa situazione ostacola la loro possibilità di crescita, per cui si osserva una quasi totale assenza di aziende di dimensioni medie nel settore delle ICC.

### ***Politiche, agenzie e strumenti a supporto delle ICC***

Rispetto ai settori tradizionali, le difficoltà incontrate nella creazione d'impresa creative sono aggravate da una minore capacità nella gestione aziendale e da progetti ad alto profilo di rischio (Hearn e Savi, 2014). Per affrontare queste problematiche, le MPMI creative tendono ad aggregarsi in forme di collaborazione temporanea o a costituire consorzi o reti per condividere i rischi e fare fronte alle tendenze monopolistiche di alcuni settori industriali.

Molti dei programmi a supporto delle ICC prevedono strumenti e servizi volti proprio a correggere le imperfezioni di questi mercati e a contrastare le difficoltà incontrate dagli operatori delle ICCs, sia attraverso percorsi di accompagnamento e consulenze mirate, sia attraverso programmi di trasferimento tecnologico e di conoscenze per favorire la cooperazione tra imprese creative e imprese tradizionali e creare sinergie fruttuose per entrambi i settori. Ne sono un esempio il Network olandese CLICKNL, il Premio CULTURA + IMPRESA in Italia, le “partnership creative” nelle Fiandre e la piattaforma per il design Creative Committed a Berna.

Nonostante questi esempi, nella maggior parte dei paesi non sono ancora attive politiche integrate rivolte specificamente alle professioni creative né politiche mirate, a eccezione della tutela della proprietà intellettuale. In Francia, ad esempio, il Ministero della Cultura e della Comunicazione ha intrapreso azioni mirate per proteggere e incoraggiare le cosiddette *industries de contenu*, ossia le attività coinvolte nella produzione di contenuti digitali che sono particolarmente esposte a fenomeni illegali di riproduzione e di diffusione, come la musica registrata, il cinema, l'audiovisivo, l'editoria.

A dispetto di un quadro istituzionale ancora poco sviluppato per affrontare queste problematiche, in diversi paesi sono state istituite delle agenzie pubbliche che tutelano le professioni creative, come la Consulta delle Industrie Creative nelle Fiandre, che oltre a fornire raccomandazioni di policy per il settore, difende gli interessi dei diversi gruppi di professionali creativi specialmente per quanto riguarda gli aspetti retributivi. In Gran Bretagna, *Creative & Cultural Skills* e la *National Skills Academy for Creative & Cultural* cercano di favorire un equo accesso all'occupazione, offrire opportunità di lavoro ai giovani e formazione continua.

Accanto alle misure di supporto all'imprenditorialità (formazione, accompagnamento all'avvio d'impresa), gli incubatori e le agenzie di sviluppo<sup>32</sup> prevedono politiche di accesso al credito, opportunità di confronto con investitori privati e bandi per accedere a programmi di finanziamento. Poiché i bisogni delle imprese variano rispetto allo stadio di sviluppo in cui si trovano, le agevolazioni per l'accesso al credito si differenziano per soddisfare le esigenze specifiche delle diverse tappe del ciclo di vita dell'azienda, come mostra la tabella sotto.

<sup>32</sup> Ne sono un esempio CultuurInvest nelle Fiandre, lo St'art in Vallonia, il FONDESO di Città del Messico e i partenariati tra la Banca Pubblica d'Investimento e l'IFCIC (Istituto per il finanziamento del cinema e delle industrie culturali) in Francia.

Tabella 4. Misure di accesso al credito durante le diverse fasi di sviluppo dell'impresa

| Tipo             | Seed capital                                                                                                                                                                                                                                                                    | Capitale di crescita                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Capitale di espansione                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Obiettivo</b> | Facilitare l'accesso al capitale iniziale per la creazione d'impresa nella fase che presenta un maggior rischio anche attraverso garanzie.                                                                                                                                      | Accompagnare e promuovere il consolidamento delle <i>start-up</i> .<br>Accesso al finanziamento per lanciare nuovi prodotti, per la ricerca o l'accesso a nuovi mercati.                                                                                                                                                            | Promuovere la crescita delle medie e grandi imprese.                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Esempi</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crediti Patrimonio e Creazione 1 e 2 della Banca Pubblica di Investimento (Francia) per stimolare l'imprenditorialità culturale e creativa francese.</li> <li>• St'art (Vallonia), fondo per la creazione di nuove imprese.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• St'art (Vallonia), fondo per lo sviluppo delle piccole e medie imprese esistenti.</li> <li>• Il bando Boost-UP IC (Valonia) propone supporto per il marketing di nuovi prodotti.</li> <li>• Le Hub Startup (Francia) per le startups innovative in fase di commercializzazione.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fondi d'investimento Moda e Finanzia (BpiFrance) per le PMI redditizie con potenziale di esportazione all'estero.</li> <li>• Le Hub Corporate (Francia) rivolto a imprese di dimensioni intermedie e alla grande impresa.</li> </ul> |

Parallelamente ai canali tradizionali, stanno emergendo alcuni esempi interessanti di finanza partecipativa e piattaforme di crowdfunding, come *Todos a Una* in Spagna, avviata da un'iniziativa privata, o *TousNosProjets.fr* lanciata dalla BPIFrance e Ulule<sup>33</sup> in Francia. In Svizzera, una piattaforma molto attiva per il finanziamento di progetti culturali creativi è *wemakeit*, la seconda piattaforma più importante nel mondo germanofono.<sup>34</sup> La pratica del crowdfunding, in gran parte via Internet, è sempre più popolare anche nei Paesi Bassi.

Un'altra forma di finanziamento collettivo è il *crowd-lending*, sistema di prestiti tra imprese e piccoli inversori individuali a tassi di interesse prestabiliti sulla base della valutazione del rischio. Piattaforme di crowd-lending come SociosInversores, Comunitae, Unilend e Lendopolis sono sempre più popolari in Francia e Spagna dopo il successo registrato negli Stati Uniti e nel Regno Unito.

Un'altra misura è l'incentivo alla formazione di reti<sup>35</sup> sia attraverso appositi bandi che finanziano prioritariamente progetti collaborativi che aggregano diversi soggetti, sia attraverso la condivisione di spazi di lavoro, come SmartWork (Vallonia), Creative Factory (Rotterdam) o Creatis (Parigi), che consentono ai lavoratori indipendenti di relazionarsi con altri colleghi. Sono sorte anche piattaforme digitali per il networking in remoto, come il Madrid Network, *Le Hub Corporate* (Francia), per startups and PMI innovative e l'italiano *Daily-review*<sup>36</sup>, laboratorio collettivo per lo scambio e la collaborazione tra i giovani operatori del Design.

<sup>33</sup> <https://fr.ulule.com/>

<sup>34</sup> Dal 2012 più di mille progetti creativi sono stati finanziati attraverso la piattaforma w mak it. Oltre alla possibilità di presentare progetti per accedere ai meccanismi di finanza partecipativa, la piattaforma offre consulenze per ottimizzare il processo di crowdfunding.

<sup>35</sup> Il contratto di rete in Italia è un altro strumento che promuove la creazione di reti attorno a progetti collaborativi.

<sup>36</sup> Piattaforma creata nel 2009 a Milano, si estende virtualmente a tutto il territorio nazionale ([www.daily-review.it/](http://www.daily-review.it/)).

Queste modalità di collaborazione rispondono sia ad esigenze economiche (contenimento delle spese), sia a ragioni strategiche (sviluppare contatti e nuove progettualità, HKU, 2010). Modelli collaborativi e di produzione collettiva hanno permesso al settore delle ICC di contrastare la recessione dimostrando resilienza e flessibilità (Donald, Gertler e Tyler, 2013). Proprio all'interno delle ICC sono sorti nuovi modelli di business basati sulla "co-ompetizione" (cooperazione e competizione simultanee) tra le imprese come il 3D Lab e il 3D Atelier ad Arhem (Paesi Bassi) per gli operatori del design. Alcune reti prendono forma di un marchio collettivo, come l'etichetta *French Tech*.

### ***La qualità delle professioni creative: definire e rilevare l'occupazione nelle ICC***

Il valore occupazionale delle ICCs rappresenta un dato macroeconomico piuttosto ambivalente perché facilmente soggetto a variazioni in base alla metodologia di rilevazione utilizzata.

Alcune metodologie di misurazione dell'occupazione creativa si basano esclusivamente sul settore di attività senza distinguere fra il personale creativo e il non creativo, come fatto dal Ministero dell'Istruzione, Cultura e Sport in Spagna. La task force 3 della rete ESSnet (Deroin, 2011) ha invece sottolineato come il lavoro culturale abbia una natura distribuita che non si limita necessariamente alle sole imprese culturali, così come non si deve dare per scontato che le professioni all'interno del settore culturale siano per definizione di carattere artistico/creativo<sup>37</sup>. Altri sistemi di indagine categorizzano separatamente gli occupati nelle ICCs e gli occupati nelle industrie di supporto (come in Francia e come suggerito dalla WIPO), mentre in altri paesi, gli occupati vengono classificati secondo l'industria e il tipo di occupazione (creativa o non creativa). In entrambi i casi questo crea delle forti distorsioni nella quantificazione del peso economico delle professioni.

Per comprendere a fondo questo settore in rapida evoluzione sarebbe più interessante andare oltre i dati sul peso occupazionale, e prendere in esame le caratteristiche dei lavoratori creativi e la qualità di queste professioni<sup>38</sup>. Tuttavia, nella maggior parte dei paesi non esiste ancora una conoscenza dettagliata sulle caratteristiche della forza di lavoro creativa. Inoltre i sistemi di rilevazione utilizzati a fini statistici a livello nazionale e internazionale non sono disegnati per portare alla luce fenomeni come l'intermittenza lavorativa, il multi-jobholding (combinazione di molteplici lavori) o la regolarità delle retribuzioni, né di indagare caratteristiche qualitative dell'occupazione creativa.

Un ragionamento sulla qualità occupazione in queste imprese non può prescindere dal considerare la caratteristica fondante di queste imprese, ossia di fondarsi sulla conoscenza. Secondo la WIPO, un indicatore che valuta la qualità dell'occupazione creativa è il grado di controllo o d'influenza che i professionisti hanno sul contenuto prodotto nonché la detenzione dei diritti d'autore e di proprietà intellettuale su esso (WIPO, 2013).

Anche in una recente indagine di Symbola e CNA sulla competitività delle PMI italiane è stato utilizzato il parametro dei brevetti comunitari per valutarne il livello di creatività<sup>39</sup>. In 22 classi di

<sup>37</sup> ESSnet ha distinto almeno tre tipi di professioni culturali: chi esercita una professione culturale nell'ambito di un lavoro culturale (un giornalista in una redazione), chi esercita una professione culturale in un ambiente di lavoro non culturale (un designer in un'azienda di macchine) e chi esercita una professione non culturale in un ambiente di lavoro culturale (un amministrativo in una casa editrice).

<sup>38</sup> In letteratura, quest'aspetto ha ricevuto una grande attenzione (si veda Terranova, 2000, Throsby, 2001, Towse, 2004, Hesmondhalgh e Baker 2011), mentre nei censimenti nazionali e il policy making è ancora un aspetto emergente.

<sup>39</sup> In Italia il settore delle Industrie Culturali e Creative conta quasi 1,4 milioni di addetti.

brevetti di design europei, sulle 32 totali, l'Italia si colloca ai primi tre posti per numero di progetti depositati.

Il caso del Messico è emblematico perché mette bene in luce i potenziali rischi di una valutazione superficiale del settore che porterebbe ad interpretazioni fuorvianti. Con l'11% dell'occupazione impiegata nelle ICCs, il paese presentava nel 2013 un valore doppio rispetto ai dati rilevati dalla WIPO a livello mondiale (5.32%). Il Messico ospita un gran numero di multinazionali creative straniere che occupano lavoratori messicani ma detengono la proprietà intellettuale nei paesi d'origine. Di conseguenza, l'alta quota di occupati in queste imprese non rispecchia necessariamente un alto livello di brevetti, marchi registrati o altre forme di diritto d'autore e di proprietà intellettuale.

Un altro corollario del fatto che le ICCs sono *knowledge based* è che occupano una forza lavoro più qualificata. In Spagna e nel Belgio, oltre il 70% dei professionisti creativi hanno un diploma di istruzione superiore, contro il 30% circa registrato negli altri settori (Eurostat, 2014). Come dimostra la tabella seguente, la percentuale degli occupati nelle ICCs con un diploma di istruzione superiore è circa il doppio rispetto alla percentuale registrata nel mercato del lavoro nel suo insieme.<sup>40</sup> Tuttavia, non sempre c'è una correlazione tra il titolo di studio e il livello di remunerazione. In Francia, tra i lavoratori autonomi, i redditi dei creativi sono più bassi di circa il 35% (Insee, 2015). In Gran Bretagna, invece, i professionisti creativi guadagnano quasi il 5% in più del salario medio del paese (CEBR, 2013).

**Tabella 5. Rapporto tra il livello d'istruzione nelle ICC e il totale dell'occupazione (2014)**

| Paese       | % occupati nelle ICC<br>con istruzione superiore* | % con istruzione superiore sul totale<br>dell'occupazione* |
|-------------|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| Spagna      | 75.40 %                                           | 31.7 %                                                     |
| Belgio      | 70.90 %                                           | 32.6 %                                                     |
| Regno Unito | 65.57 %                                           | 36.6 %                                                     |
| Francia     | 61.52 %                                           | 30.2 %                                                     |
| Paesi Bassi | 56.97 %                                           | 29.8 %                                                     |
| Italia      | 42.93 %                                           | 15 %                                                       |
| Svizzera    | 59.89 %                                           | 34.4 %                                                     |
| UE (28)     | 59.70 %                                           | 26 %                                                       |

Fonte: elaborazione propria secondo database di Eurostat, 2014.

\* si riferisce ai livelli 5-8 secondo la International Standard Classification of Education; dall'Istruzione e formazione tecnica superiore(5) al dottorato (8)

L'apparente squilibrio tra titolo di studio e livello di remunerazione si spiega con la mancata corrispondenza tra offerta e domanda di lavoro anche alla luce del fatto che molte industrie creative sono legate al settore culturale e quindi a fondi pubblici che stanno progressivamente calando<sup>41</sup>. Questo ha portato in molti casi ad una situazione di *oversupply* di professionisti nel settore che genera fenomeni di sottoimpiego e di difficoltà di inserimento, specialmente per i giovani, e si traduce in una

<sup>40</sup> In questa percentuale non s'includono le industrie del software né sport e attività di ricreazione.

<sup>41</sup> Diversa è la situazione nelle industrie legate alle tecnologie dell'informazione e ai media digitali che stanno conoscendo una fase di espansione e possono offrire maggiori opportunità ai giovani (Stumpo e Manchin, 2015).

situazione di incertezza caratterizzata da percorsi di stage, contratti temporanei, o attività di volontariato.

Di fronte al numero di laureati nei settori artistici, il piano per l'istruzione nelle arti (*Sectorplan Kunstvakopleidingen*) 2012- 2016 dei Paesi Bassi ha ridotto il numero di studenti ammissibili, mentre si punta a migliorare la qualità dell'offerta accademica e ad incrementare l'investimento in misure di supporto all'imprenditorialità (MECS, 2013).

I professionisti creativi, molti dei quali sono *free-lancers*, sono più inclini ad avere forme di lavoro atipiche e lavori molteplici per potersi garantire una certa sicurezza economica<sup>42</sup>. In Francia nel 2011, il 23,6% dei lavoratori creativi autonomi svolgeva un'attività nel settore del ICC in modo complementare ad un'altra attività stipendiata (Insee, 2015). La combinazione di più lavori di diversa natura spinge, specialmente gli artisti, ad accettare redditi inferiori alla media pur di svolgere un lavoro creativo nel proprio campo di interesse.

Per mitigare l'incertezza dovuta all'elevato rischio di fallimento in un mercato alquanto volatile (KEA, 2012) e al continuo processo di innovazione tecnologica, gli occupati nelle ICCs lavorano spesso su molteplici progetti, formando équipes di lavoro *ad hoc*. Secondo i dati più recenti (2011), in Francia, il 27% dell'occupazione creativa lavora con contratti a breve termine e a tempo parziale. In Spagna, anche se l'occupazione a tempo parziale nel settore è diminuita del 7% dal 2010 al 2013, rimane maggiore rispetto alla media dell'occupazione (MECD 2011 e 2014).

Il settore delle ICC si presta quindi ad un ragionamento molto puntuale sullo squilibrio tra domanda e offerta di competenze<sup>43</sup>, che porta, da un lato, aziende tradizionali a non sfruttare il potenziale innovativo di questi professionisti, e dall'altro ha alimentato il numero di *freelance* e microimprese che faticano a stare sul mercato, anche se a prima vista i numeri sugli impiegati nelle ICC fanno pensare ad un settore consistente e in crescita.

Un'analisi più articolata dell'occupazione creativa, al contrario, mette in luce la fragile condizione lavorativa e spesso la mancanza di servizi di welfare: l'auto impiego, i contratti atipici e il frequente cambio di lavoro rendono difficile l'accesso a diritti sociali basilari come pensioni e assistenza sanitaria. (WIPO, 2013).

Questa panoramica sulle condizioni del lavoro nel settore culturale e creativo suggerisce che si tratta di un fenomeno complesso e ancora poco indagato, perciò una migliore conoscenza delle caratteristiche dei lavoratori creativi sarebbe il primo passo per attivare politiche lavorative a sostegno di questo settore e per sviluppare un miglior collegamento tra formazione e mondo del lavoro andando verso una situazione di equilibrio tra domanda e offerta sia in termini quantitativi sia in termini qualitativi.

<sup>42</sup> Diversi studi rilevano che i professionisti creativi più legati alla loro professione, sperimentano un profondo senso di insicurezza e ansia a causa della continua ricerca di lavoro e alla necessità di mantenersi al passo con l'evoluzione del settore fortemente influenzato dal rapido aggiornamento tecnologico (Caves, 2000, Gill e Pratt, 2008).

<sup>43</sup> I temi legati alla job creation e al collegamento tra istruzione e mondo del lavoro e il supporto ai governi nell'implementazione di politiche mirate rientrano tra le priorità del programma LEED (*Local Employment and Economic Development*) dell'OECD.

La World Intellectual Property Organization - WIPO - propone valutare l'occupazione creativa secondo criteri dettagliati, considerando i cosiddetti impatti economici; il numero di posti occupati dalle ICCs, la percentuale di posti di lavoro creati e persi annualmente e le loro caratteristiche (remunerazione media, livello di istruzione, tipo di contratto, frequenza delle paghe e stagionalità dei lavori), nonché gli impatti sociali, come le possibilità di accesso ai mercati di lavoro e la rappresentazione delle minoranze, l'appartenenza a organizzazioni professionali e la rappresentanza collettiva, l'accesso ai servizi di welfare e all'assicurazione sul lavoro.

Anche la Banca d'Italia in un recente rapporto ha affrontato la questione dell'impiego nel settore culturale. In particolare ha messo in evidenza i rapporti di complementarità tra questo settore e altri comparti economici per ribadire la difficoltà di perimetrare un settore che genera ricadute su altri ambiti economici e l'arbitrarietà di considerare esclusivamente l'impiego o la ricchezza generati esclusivamente all'interno di questo comparto. Il rapporto però, pur menzionando anche il peso del volontariato e delle numerose organizzazioni non profit che spesso rendono possibile l'apertura di siti altrimenti chiusi, non affronta il problema della qualità dei lavori nelle ICC in termini di guadagno, prospettive di carriera, sicurezza, e adeguatezza tra competenze e ruoli ricoperti.

### **Indicazioni di policy**

I sistemi culturali che verranno presentati nei prossimi capitoli riflettono la diversità delle condizioni economiche, culturali, infrastrutturali di ciascun Paese. Ugualmente le imprese culturali e creative si sono evolute in forza di dinamiche e di opportunità specifiche come emerge dalle diverse definizioni di ICC elaborate dai governi.

Uno dei dati più difficili da rilevare e ricostruire è stata la spesa pubblica per la cultura, ossia quanto e come gli stati, le regioni e gli enti locali destinano a questo settore. La ripartizione in diversi livelli amministrativi e la concorrenza di fonti di finanziamento rende difficile non solo quantificare l'investimento in questo settore, ma anche comprendere chiaramente le responsabilità dei vari enti al fine di individuare margini di razionalizzazione, sviluppo di sinergie o processi di riorganizzazione. Questo suggerisce un'urgenza di chiarimento dei meccanismi di contabilità della spesa pubblica centrale e locale che potrebbe concorrere a ripensare la gestione del patrimonio culturale a tutti i livelli.

La seconda osservazione rilevante che emerge da una lettura trasversale dei casi internazionali qui proposti riguarda la capacità interpretativa del ruolo e dell'impatto economico, sociale, e culturale dell'economia creativa. Si è visto nella parte iniziale dedicata alle strategie nazionali per le ICC che, sebbene in tutti i paesi sia possibile rilevare questo settore attraverso la nomenclatura statistica, (NACE; SCIAN) sono pochi i paesi che hanno elaborato una classificazione funzionale ad implementare specifiche misure a supporto delle ICC e per lo sviluppo dei territori. Inoltre, le definizioni adottate nei diversi Paesi in alcuni casi includono ampie funzioni manifatturiere funzionali all'interno di una filiera, ma poco legate con la creatività. Definizioni molto ampie potrebbero far perdere di vista le specificità di ciascun settore col rischio di trattare con politiche "per le ICC" settori che invece funzionano con logiche molto diverse o di predisporre strumenti non adeguati alle esigenze di ciascuna filiera.

La sfida più difficile è operare una scelta ragionata e finalizzata allo scopo. Diventa urgente quindi chiarire la finalità delle operazioni di classificazione e di rilevazione dei dati in questo ambito di attività perché in tal modo si porrebbero le basi per un chiarimento metodologico circa gli strumenti più adeguati ad indagare il fenomeno.

Se, ad esempio, l'interesse è di capire realmente quanti talenti creativi e professionisti dell'arte e della cultura sono impiegati in un paese, il perimetro delle ICC non coinciderà con quello che permette invece di rilevare l'indotto economico generato dalle ICC anche se queste imprese mantengono la proprietà intellettuale e la parte di creatività e design in un certo paese e delocalizzano la parte manifatturiera all'estero (come accade nel caso dei prodotti tecnologici o della moda e dell'arredamento).

Se invece la classificazione può avere una finalità operativa, come implementare politiche a sostegno delle ICC, il modo in cui vengono circoscritti i settori può non coincidere necessariamente con le classificazioni esistenti.

Proprio perché questo settore di attività viene spesso associato a processi di rigenerazione urbana, di promozione turistica, di rinascita economica, vale la pena interrogarsi non solo su quali tipi di imprese vengono considerate come culturali/creative, ma anche quali tipi di professioni possono essere coerentemente inclusi al suo interno. Altrimenti risulta difficile quantificare non solo il reale peso economico del settore, ma anche il suo impatto in termini culturali e sociali.

In questo caso il filtro che permette di perimetrare gli ambiti di attività potrebbe essere lo sviluppo locale, anziché i codici NACE, o la distinzione tra professioni in ambiti culturali/creativi e non (Valentino 2013 a, Deroin, 2011). Con questo approccio il perimetro e l'ampiezza delle ICC emergerebbe da un lavoro *evidence based* anziché *top-down*.

Lungi dall'essere un esercizio semplice o dagli esiti approssimativi, questo approccio richiede una conoscenza minuta dei territori<sup>44</sup>, della loro domanda e offerta culturale/creativa e delle potenzialità di integrazione nel tessuto imprenditoriale locale avviando processi di innovazione e meccanismi moltiplicatori.

---

<sup>44</sup> In questo senso il lavoro delle agenzie di sviluppo potrebbe esser anche quello di guidare una perimetrazione dal basso facendo scouting dei soggetti e delle iniziative e supportando i governi locali nella definizione di misure mirate: "The consultation process with stakeholders will provide information that will enable each jurisdiction to determine its own working definitions of the creative economy and the cultural sector, which are unique to its economic social and cultural circumstances. The areas of concern will always reflect ideological beliefs, political realities and the socio-cultural context. Therefore, it follows that a broad range of academic expertise and methodologies are required to assess the economic, social and cultural impacts" (WIPO, 2013, 31).

## APPENDICE

### Distretti culturali e creativi

I distretti culturali e creativi dei Paesi che fanno parte di questo studio mostrano una grande eterogeneità sia in termini di strutture che di funzionamento. Per questo sono state predisposte delle schede<sup>45</sup> riassuntive che forniscono una descrizione puntuale delle principali caratteristiche e permettono un confronto più immediato.

Esistono distretti con una vocazione principalmente artistica, come il caso del *Viaduct des Arts* a Parigi, distretto culturale per l'artigianato. Più numerosi, però, sono i distretti creativi, con un'impronta commerciale. Alcuni distretti adottano un approccio ampio puntando alla contaminazione reciproca tra settori industriali diversi e alla rigenerazione di settori tradizionali attraverso nuove sinergie, come è avvenuto per il settore dell'energia, della mobilità e delle tecnologie portuarie (RDM Campus a Rotterdam) e la tecnologia medica (22@Barcelona). Esempi in cui la creatività e le scienze non sono due ambiti separati, ma concorrono alla ricerca di soluzioni innovative per i problemi urbani.

Altri distretti invece si rivolgono ad un settore specifico sia per sviluppare filiere e condividere infrastrutture e capitale umano, come la *Ciudad Creativa Digital* a Guadalajara per i media digitali (cinema, tv, animazione, pubblicità) e il *Dr. Who Experience Center* a Cardiff per la produzione audiovisiva (cinema, tv e videogiochi), sia per promuovere il settore di specializzazione locale e farne un elemento di differenziazione, come l'Arnhem Fashion Factory a Rotterdam, o l'Hub per il design a Berna.

Particolare è il caso della C-Mine a Genk, città dalla forte tradizionalmente industriale che mira a riposizionarsi come centro creativo senza però avere un'industria creativa matura nel territorio. Questo distretto mantiene un approccio ampio anche se orientato ai media digitali e più particolarmente ai videogiochi; scelta che gli consente di beneficiare delle molteplici applicazioni offerte da queste tecnologie e di investire, allo stesso tempo, su un dominio di specializzazione come fattore distintivo.

La tendenza prevalente è quella dei distretti multifunzionali che ospitano l'intera filiera di produzione: l'integrazione verticale offre vantaggi legati all'accentramento *in situ* dei fornitori, del pubblico e di figure professionali qualificate. L'altra tendenza riguarda i distretti multifunzionali in una logica di varietà orizzontale che prevede usi ricreativi e commerciali.

Alcuni distretti vanno oltre e si ispirano al modello di "città compatta", includendo anche usi residenziali e spazi di lavoro (come Ciudad Creativa Digital e 22@Barcellona). I distretti polifunzionali sarebbero più capaci di adattarsi ai cambiamenti economici, sociali e culturali dei territori (Shaw e Evans, 2009) e sono capaci di coinvolgere uno spettro più ampio di utenti. Anche per

---

<sup>45</sup> E' stato scelto un distretto per ciascun Paese.

questa ragione, in una logica di promozione urbana, i distretti monofunzionali<sup>46</sup> sono meno attrattivi perché rivolti ad un gruppo di utenti più circoscritto.

La maggior parte dei distretti, e certamente quelli nati dall'iniziativa pubblica, offrono incubatori per start-up creative. Alcuni hanno un focus particolare sui giovani imprenditori e i neolaureati, come il caso del Viaduct des Arts a Parigi e il RDM Campus a Rotterdam. Questi distretti, assieme a spazi per l'incubazione di imprese, prevedono l'accesso a servizi di accompagnamento, consulenza, *training* e possibilità di *networking*, sia attraverso reti professionali create *ad hoc* e spazi di *co-working*, sia attraverso luoghi di collaborazione informale e di ricreazione.

Queste tendenze dimostrano che i distretti possono servire ad una duplice finalità: essere un motore per la riqualificazione e la promozione urbana e allo stesso tempo stimolare lo sviluppo delle ICC locali. I distretti mono-funzionali e mono-uso sono sempre più sostituiti da complessi flessibili che possano adattarsi meglio ai cambiamenti.

La maggior parte dei distretti è avviata e finanziata con risorse pubbliche della città o del comune, a testimonianza del fatto che le politiche di sviluppo locale dipendono dai singoli territori più che da strategie macro territoriali. Un caso a parte è la Città Creativa Digitale a Guadalajara, voluta dal governo centrale e sostenuta con importanti risorse pubbliche. Il distretto è nato in modo *top-down* come parte di una strategia nazionale di supporto alle ICC e rispecchia il sistema molto centralizzato del Messico.

Solo il caso del Basislager di Zurigo è stato avviato e finanziato completamente dal settore privato. La realizzazione del Basislager non ha richiesto nessun intervento infrastrutturale di natura pubblica, e l'investimento iniziale per le strutture è stato piuttosto modesto. Infatti, gli spazi dispongono solo del minimo necessario: elettricità, internet e riscaldamento. A differenza di altri esempi, il Basislager non punta ad attirare flussi turistici né è aperto ad una fruizione da parte della collettività; si rivolge esclusivamente ai professionisti delle industrie, offrendo loro uno spazio di *networking* e la possibilità di ospitare la loro attività o studio in uno spazio a prezzi contenuti.

La tendenza, rispetto ai casi 'puri' di finanziamento totalmente pubblico o privato, è l'attivazione di partenariati pubblici-privati anche se le risorse pubbliche sono spesso fondamentali nella fase di avvio per contenere il rischio iniziale, coprire i costi infrastrutturali e gli interventi urbani necessari per attrarre i privati a partecipare all'operazione.

Molti distretti non potrebbero svilupparsi senza i finanziamenti dell'Unione Europea, e particolarmente dei Fondi di Sviluppo Regionale (FESR). Tuttavia, le sovvenzioni possono innescare anche processi controproducenti e lontani dalle logiche di sviluppo locale specialmente quando le iniziative sono progettate specificamente per ottenere finanziamenti da destinare ad opere architettoniche senza rispondere ai bisogni locali e agli *asset* territoriali (Foord, 2008).

Per quanto riguarda la *governance* dei distretti, alcuni hanno un *management* tradizionale con una gestione centralizzata (Viaduct des Arts a Parigi, Basislager a Zurigo, C-Mine a Genk). Altri casi mostrano nuove forme di *governance* che includono uno spettro più ampio di *stakeholders*, incluse le istituzioni pubbliche, le imprese, e l'Università in una sinergia che si richiama al modello della "triplice elica dell'innovazione" (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000), come nei casi del 22@Barcellona, della Ciudad Creativa Digital a Guadalajara e del RDM Campus a Rotterdam.

<sup>46</sup> Esempio di un distretto monofunzionale è il Film City a Glasgow per la produzione cinematografica. Per la sua natura monofunzionale, è rivolto esclusivamente ai professionisti dell'industria.

### Caratteristiche dei distretti culturali e creativi

| Francia                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nome del progetto</b>                                                | Viaduct des Arts, Parigi                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Approccio</b>                                                        | Ampio: arti, artigianato, design<br>Distretto culturale                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Funzioni</b>                                                         | Produzione, esposizione e consumo culturale.                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Infrastruttura</b>                                                   | <u>ICCs</u> : 64 <i>ateliers</i> , un incubatore con spazio di esposizione, spazi di co-working<br><u>Istituzionale</u> : Istituto Nazionale di Mestieri d'Arte<br><u>Commerciale</u> : negozi, caffè e ristoranti<br><u>Ricreazione</u> : spazi verdi                                                                          |
| <b>Infrastruttura Soft</b>                                              | Networking, eventi e festival di promozione ( <i>Journées Européennes des Métiers d'Art, D'Days</i> ), esposizioni temporanee.<br>Il distretto serve da "etichetta di qualità" per gli artigiani.                                                                                                                               |
| <b>Servizi d'accompagnamento per l'attività imprenditoriale</b>         | - <i>Ateliers de Paris</i> : incubatore d'impresa per mestieri d'arte, design e moda. Focus sui neolaureati, collettivi di artisti e persone in riconversione professionale.<br>- Polo di Consiglio per imprenditori.                                                                                                           |
| <b>Percorso di sviluppo</b>                                             | Avviato dall'iniziativa pubblica locale (comune del 12ème) e la città di Parigi.                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Finanziamento</b>                                                    | Pubblico (a livello locale e della Città di Parigi) e privato.                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Governance</b>                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Ente di coordinazione/ gestione</b>                                  | Management centralizzato: Gestito da Semaest (società di fondi misti della città di Parigi). La Semaest è uno dei cinque partner, ha riconvertito e sviluppato l'area; gestisce e commercializza gli spazi liberi; anima e dà visibilità al posto (attività di comunicazione, creazione di eventi, proiezione all'estero, ecc.) |
| <b>Coinvolgimento delle Università o centri di ricerca o formazione</b> | INMA: Istituto Nazionale di Mestieri d'Arte, uno dei cinque <i>partner</i> ( <i>think tank</i> , centro di ricerca).                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Altri Partner / stakeholder principali</b>                           | Comune di Parigi, <i>Ateliers d'Art de France</i> (Associazione professionale per i mestieri d'arte) incubatore <i>Ateliers de Paris</i> .                                                                                                                                                                                      |
| <b>Posizione spaziale</b>                                               | Contesto urbano (12 arrondissement), area dove storicamente si sono concentrati i mestieri d'arte.                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Riqualificazione urbana o recupero industriale</b>                   | Recupero del viadotto di un'antica ferrovia                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Altre caratteristiche</b>                                            | 52 artigiani hanno un atelier nell'area.<br>Identità locale: valorizza il " <i>savoir faire</i> " tradizionale.                                                                                                                                                                                                                 |

| Spagna                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nome del progetto</b>                                                | Distretto dell'Innovazione 22@Barcelona                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Approccio</b>                                                        | Ampio: Design, new media, TIC, energia, Tecnologia medica (multi-clustering) Distretto creativo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Funzioni</b>                                                         | Produzione, esposizione, consumo e formazione.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Infrastruttura</b>                                                   | <p><u>ICCs</u>: uffici, incubatori d'impresa, parchi tecnologici e centri di produzione.</p> <p><u>Commerciale</u>: negozi.</p> <p><u>Istituzionale</u>: università e centri di ricerca, Museo d'Arte Contemporaneo.</p> <p><u>Ricreazione</u>: parchi e aree di attività ricreativa.</p> <p><u>Uso misto</u>: area residenziale.</p>                                                                               |
| <b>Infrastruttura Soft</b>                                              | Networking e <i>capacity-building</i> : 22@Network, associazione d'impresa e istituzione del cluster organizza diversi seminari ed eventi.                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Servizi d'accompagnamento per l'attività imprenditoriale</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversi incubatori d'impresa: Media- TIC, <i>Incubación b_TEC</i> per l'impresa d'energia, <i>Projecte Bressol Moda</i> per le imprese di design.</li> <li>- 22@ PLUS: Servizio d'accompagnamento imprenditoriale (accesso a finanziamento pubblico, networking, promozione e training).</li> <li>- 2@Capital (finanziamento privato per imprese di tecnologia)</li> </ul> |
| <b>Percorso di sviluppo</b>                                             | Avviato dal governo locale (Comune di Barcellona).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Finanziamento</b>                                                    | Pubblico (locale e regionale) e privato.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Governance</b>                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Ente di coordinamento/ gestione</b>                                  | Non esiste un management centralizzato, ma una <i>governance</i> strategica condivisa. Ogni cluster è gestito da un'autorità: Bdigital, BCD, Biocat, b_Tec e CIBM. Questi enti sono tutti fondazioni che rappresentano il governo locale (regione Catalunya e città di Barcellona) il mondo industriale e l'Università.                                                                                             |
| <b>Coinvolgimento delle Università o centri di ricerca o formazione</b> | Il cluster si basa sull'idea della "tripla elica": sinergie tra imprese-governo-università. Sono coinvolti numerose università (UPF, UB, UOC, La Salle, ecc)                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Altri Partner / stakeholder principali</b>                           | La società 22@, creata dal comune di Barcellona, gestisce i piani di sviluppo urbano: opere stradali, infrastrutture e ampliamento di aree verdi, ecc. Incaricata anche della promozione all'estero.                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Posizione spaziale</b>                                               | Centro della città ( <i>inner city</i> )                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Riqualificazione urbana o recupero industriale</b>                   | Recupero del patrimonio industriale (alcuni sono siti classificati come patrimonio nazionale), riqualificazione del quartiere Poblenou.                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Altre caratteristiche</b>                                            | <p>Principalmente PMI.</p> <p>72,5% dei lavoratori hanno un diploma universitario (In Catalunya solo il 37% della popolazione occupata ha questo livello di formazione). Parte di un progetto urbano più ampio che prevede infrastrutture per la mobilità e spazi urbani multifunzionali.</p>                                                                                                                       |

| Paesi Bassi                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nome del progetto</b>                                      | RDM Campus (Research, Design and Manufacturing), Rotterdam                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Approccio</b>                                              | Ampio: innovazione, creatività, tecnologia, sviluppo sostenibile, tecnologia marittima.<br>Distretto creativo                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Funzioni</b>                                               | Produzione (manifattura, laboratori), esposizione, commercio e formazione.                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Infrastruttura</b>                                         | <u>ICCs</u> : uffici, specialmente PME, centro congressi, 1 incubatore, spazi di co-working.<br><u>Istituzionale</u> : attività di ricerca e formazione (2 scuole), museo Boijmans Van Beuningen.<br>Commerciale: un caffè.                                                                                                                                                   |
| <b>Infrastruttura Soft</b>                                    | Conferenze, festival ed eventi.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Servizi a supporto dell'attività imprenditoriale</b>       | L'incubatore DNAMO offre programmi di pre-incubazione (100 giorni), incubazione (3 anni), training e finanziamento per giovani imprenditori e PME.                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Percorso di sviluppo</b>                                   | Avviato da una partnership pubblico-privata, iniziata dal Porto di Rotterdam (PoR), la città di Rotterdam, una Università, un Collegio e il coinvolgimento del privato.                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Finanziamento</b>                                          | Pubblico (città di Rotterdam) e privato. Co-finanziato dai fondi europei (FESR).                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Governance</b>                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Ente di coordinazione/ gestione</b>                        | Creato da una collaborazione tra istituzioni educative, bancarie e commerciali, la gestione e lo sviluppo del sito sono responsabilità del <i>Port of Rotterdam Authority</i> (PoR), società per azioni di diritto pubblico posseduta dal comune di Rotterdam e dal governo olandese. PoR è proprietaria dell'area, gestisce l'affitto degli spazi e attira gli investimenti. |
| <b>Coinvolgimento delle Università o centri di formazione</b> | Co-operazione tra PoR e Albeda College (centro regionale di formazione professionale) e l'Università di Scienze Applicate di Rotterdam (Hogeschool Rotterdam), i tre partner principali.                                                                                                                                                                                      |
| <b>Altri Partner / stakeholder principali</b>                 | Sinergie tra imprese- governo-università.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Posizione geografica</b>                                   | Zona City Ports di Rotterdam (Centrale)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Riqualificazione urbana o ricupero industriale</b>         | Si tratta di un caso di riuso del patrimonio industriale: il campus si trova in un ex cantiere ed è stato creato per riqualificare il sito e permettere ai cittadini di riappropriarsi di un'area abbandonata della città.                                                                                                                                                    |
| <b>Altre caratteristiche</b>                                  | Prevalenza di PMI. Circa 30 imprese e 800 studenti ne fanno parte.                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

| Svizzera                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nome del progetto</b>                              | Basislager (Zurigo)                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Approccio</b>                                      | Ampio: Distretto culturale principalmente dedicato alle arti, ma aperto anche ai settori dell'architettura, della comunicazione e della moda                                                                                                                                                                                 |
| <b>Funzioni</b>                                       | Produzione, esposizione e consumo.                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Infrastruttura</b>                                 | <u>ICCs</u> : uffici, <i>ateliers</i> , commercio, sala di conferenze.<br>Ospita circa 200 artisti e imprenditori<br><u>Commerciale</u> : 1 ristorante.<br><u>Ricreazione</u> : luoghi per ricevimenti e feste, aree dedicate ai BBQ.                                                                                        |
| <b>Infrastruttura Soft</b>                            | Eventi e networking.<br>Si supporta indirettamente lo stabilimento di piccole imprese attraverso affitti molto bassi.                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Servizi di accompagnamento</b>                     | -----                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Percorso di sviluppo</b>                           | Avviato dall'iniziativa di artisti e professionisti culturali con l'investimento privato dell'azienda Swiss Life.<br>Processo non spontaneo: è stato avviato <i>ad hoc</i> in un'area di proprietà di Swiss Life, inizialmente doveva avere carattere temporale, successivamente è stato spostato in periferia (Altstetten). |
| <b>Finanziamento</b>                                  | Finanziato dall'azienda Swiss Life.                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Ente gestore</b>                                   | La società Fischer Liegenschaften gestisce il sito e seleziona gli artisti.                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Coinvolgimento Università</b>                      | -----                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Altri Partner / stakeholder principali</b>         | Azienda Swiss Life                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Posizione geografica</b>                           | Periferia (Altstetten)                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Riqualificazione urbana o ricupero industriale</b> | Uso di uno spazio urbano non utilizzato.                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

| Gran Bretagna                                              |                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nome del progetto</b>                                   | Dr. Who Experience Center a Cardiff                                                                                                                                                                   |
| <b>Approccio del cluster</b>                               | Delimitato: Cinema televisione, videogiochi online e interattivi.                                                                                                                                     |
| <b>Funzioni</b>                                            | Produzione, esposizione, formazione e consumo                                                                                                                                                         |
| <b>Infrastruttura</b>                                      | <p>ICCs: 26 km<sup>2</sup> di studi , 6 palchi</p> <p>Tra i prossimi progetti si prevede lo sviluppo di abitazioni, uno spazio commerciale, strutture per la comunità, spazi pubblici all'aperto.</p> |
| <b>Servizi a sostegno dell'imprenditorialità</b>           | -----                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Percorso di sviluppo</b>                                | Avviato dalla BBC in partenariato col governo locale (Consiglio di Cardiff)                                                                                                                           |
| <b>Finanziamento</b>                                       | BCC in partnership con il settore pubblico                                                                                                                                                            |
| Governance                                                 |                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Ente di gestione</b>                                    | Gestito dalla BBC Worldwide (braccio commerciale della BCC)                                                                                                                                           |
| <b>Coinvolgimento di Università o centri di formazione</b> | La BBC Wales ha collaborato con il centro di formazione Cyfle per creare un programma speciale di formazione per la produzione cinematografica.                                                       |
| <b>Altri Partner / stakeholder principali</b>              | Consiglio di Cardiff                                                                                                                                                                                  |
| <b>Posizione geografica</b>                                | Il Centro si trova dentro un cluster di produzione televisiva con gli studi della BBC e Roath Lock, una struttura di produzione per il fiction.                                                       |
| <b>Riqualificazione urbana o recupero industriale</b>      | E' stato riconosciuto un importante ruolo per la rigenerazione della città di Cardiff                                                                                                                 |
| <b>Altre caratteristiche rilevanti</b>                     | Conta 400 addetti tra attori, sceneggiatori, direttori, tecnici, designer e produttori. L'industria televisiva a Cardiff è ormai un cluster consolidato                                               |

| Messico                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nome del progetto</b>                                      | Ciudad Creativa Digital Guadalajara                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Approccio del cluster</b>                                  | Delimitato: Media digitale (cinema, TV, videogiochi, pubblicità) .<br>Distretto creativo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Funzioni</b>                                               | Produzione, esposizione consumo e formazione.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Infrastruttura</b>                                         | <u>ICCs</u> : Uffici, spazi per la produzione e studi.<br><u>Commerciale</u> : ristoranti, caffè, negozi e hotel.<br><u>Istituzionale</u> : prevede la creazione di un museo, un teatro, gallerie di arte digitale e il <i>Campus Ingenium</i> (centro de formazione per le ICCs) e altri centri di formazione. Esistono siti d'interesse patrimoniale come palazzi storici, il teatro della città e musei<br><u>Ricreazione</u> : Prevede la creazione di aree di ricreazione e spazi verdi.<br><u>Uso misto</u> : area residenziale. |
| <b>Infrastruttura Soft</b>                                    | Eventi culturali                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Servizi d'accompagnamento per l'imprenditorialità</b>      | Si prevede, in una fase posteriore del progetto, la creazione di un incubatore per nuove imprese di media e un centro di supporto per lo sviluppo e la crescita delle imprese.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Percorso di sviluppo</b>                                   | Avviato dall'iniziativa del governo centrale attraverso un bando nel quale si è selezionata la città di Guadalajara per lo sviluppo del progetto.<br>Il progetto è ancora in fase iniziale.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Finanziamento</b>                                          | Governo centrale, governo locale, settore pubblico.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Governance</b>                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Ente di coordinazione/ gestione</b>                        | Lo sviluppo del progetto è gestito dall'ONG Guadalajara Ciudad Creativa Digital, composta da istituzioni pubbliche e private.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Coinvolgimento delle Università o centri di formazione</b> | Il progetto è stato realizzato in collaborazione col Massachusetts Institute of Technology (MIT). Sono anche coinvolti l'Università di Guadalajara, ITESO e ITESM.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Altri Partner / stakeholder principali</b>                 | Nel progetto sono coinvolti la Segreteria di Economia, l'agenzia ProMexico, il governo dello Stato di Jalisco e la città di Guadalajara.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Posizione geografica</b>                                   | Urbano, pieno centro ( <i>inner city</i> ), Parco Morelos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Riqualificazione urbana o ricupero industriale</b>         | Riqualificazione di un'area centrale degradata.<br>Rigenerazione sociale: funzione di cerniera tra due ambienti sociali molto diversi.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Altre caratteristiche rilevanti</b>                        | Prevede un progetto urbano più ampio come creazione e miglioramento d'infrastruttura di trasporto e spazi urbani multifunzionali.<br>Per l'anno 2023 si prevede il raggiungimento di 550 aziende nel sito.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

| Belgio                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nome del progetto</b>                              | A future Creative Hotspot , Genk (Fiandre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Approccio</b>                                      | Ampio: ICCs (design, moda, media, artigianato, arti)<br>Distretto creativo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Funzioni</b>                                       | Fortemente orientato alla formazione. Anche produzione, esibizione e consumo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Infrastruttura</b>                                 | <p><u>ICCs</u>: 4 PMI creative nel Laboratorio d'innovazione per il Design, studio e spazi di atelier, spazi di esposizione, sale di riunioni e auditorium, incubatori d'impresa.</p> <p><u>Istituzioni</u>: Media and Design Academy (formazione superiore). Centro culturale con due teatri.</p> <p><u>Commerciali</u>: negozi, un cinema con 10 schermi, ristoranti e caffè.</p> <p><u>Ricreazione</u>: 'experience centre' dentro l'antica miniera.</p> <p><u>Patrimoniale</u>: conservazione e restauro del patrimonio industriale.</p> |
| <b>Infrastruttura Soft</b>                            | Eventi, festival di musica e teatro, esibizioni culturali                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Servizi di supporto all'imprenditorialità</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 Incubatori d'impresa: Design Innovation Laboratory per le start-up</li> <li>- Centro per Imprese Creative, innovazione e imprenditorialità.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Percorso di sviluppo</b>                           | Avviato dal Comune di Genk. La zona è stata acquistata dal Comune di Genk, supportato dal Governo Fiammingo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Finanziamento</b>                                  | Co- Finanziato dall'UE (FESR) e la città di Genk                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Governance</b>                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Ente gestione</b>                                  | Città di Genk                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Coinvolgimento di centri di formazione</b>         | Media and Design Academy (Educazione superiore)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Altri Partner / stakeholder principali</b>         | Cooperazione tra la città e le Università (Università di Leuven, di Hasselt) e centri di ricerca 'Flanders in Shape', 'Design region' e 'Design Platform Limburg'                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Posizione geografica</b>                           | <i>Inner city</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Riqualificazione urbana o recupero industriale</b> | Riuso del patrimonio industriale e spazi abbandonati                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Altre caratteristiche rilevanti</b>                | <p>Approccio turistico (turismo creativo) 'experience centre'</p> <p>Città industriale, multiculturale.</p> <p>Ricerca di un nuovo <i>branding</i> attraverso ICC, particolarmente nelle ICT.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

## Riferimenti bibliografici

- Ajuntament de Barcelona (2009) 22@Barcelona, el distrito de la innovación.  
[http://www.22barcelona.com/documentacio/22barcelona\\_des09\\_cast.pdf](http://www.22barcelona.com/documentacio/22barcelona_des09_cast.pdf)
- Ajuntament de Barcelona (2010) 10 años de 22@:el distrito de la innovación  
[http://www.22barcelona.com/documentacio/informe\\_10anys\\_cast.pdf](http://www.22barcelona.com/documentacio/informe_10anys_cast.pdf)
- Banca d'Italia (Beretta E. e Migliardi A. a cura di) (2012), *Le attività culturali e lo sviluppo economico: un esame a livello territoriale*.
- Battaglia e Tremblay (2011) "22@ and the Innovation District in Barcelona and Montreal: A Process of Clustering Development between Urban Regeneration and Economic Competitiveness". *Urban Studies Research*. <http://www.hindawi.com/journals/usr/2011/568159/>
- Boix R. et al. (2010) "The geography of creative industries in Europe: Comparing France, Great Britain, Italy and Spain". *European Regional Science Association*.  
<http://www.uv.es/raboixdo/references/2010/10007.pdf>
- Boix, R. et al. (2014) "Comparing Creative Industries in Europe". *European Urban and Regional Studies*, 1(6), DOI: 10.1177/0969776414541135
- Boix, R. e Lazzaretti L. (2011) "Las industrias creativas en España: una panorámica". *Investigaciones Regionales*. N. 22, pp.181-206.
- Bonet, L. e Négrier, E. (a cura di) 2010 *La fine delle culture nazionali? Le politiche culturali di fronte alla sfida della diversità*, Armando Editore. Roma.
- CEBR (Centre for Economics and Business Research) (2013), The Contribution of the Arts and Culture to the National Economy, Report for Arts Council England and the National Museums Directors' Council.
- Casciani, Daria (2013) "Un laboratorio collettivo per il nuovo design". *Tafter Journal*.  
<http://www.tafterjournal.it/2012/12/28/un-laboratorio-collettivo-per-il-nuovo-design/>
- Caves R.E. (2002) *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*, Harvard University Press.
- Chapain, C., et al. (2010) *Creative Clusters and Innovation. Putting Creativity on the Map*, NESTA, London.
- City Council Glasgow (2013) *Glasgow Economic Facts*. <http://investglasgow.com/wp-content/uploads/2014/02/GEF-indiv-pgs-nav.pdf>
- Cluster Observatory (2011) *Creative and cultural industries indicator*.  
<http://www.clusterobservatory.eu/index.html#!view=regionalmapping;i=V16140;y=2011;r=NC10;rsl=0;rp=NC10;s=CC20-CREA;sp=CC20-CREA;p=map;ll=56.3,26.1;z=4>

- Creative and Cultural Skills (2011) Sector Skills Assessment for the Creative Industries of the UK  
<http://blueprintfiles.s3.amazonaws.com/1321187227-Sector-Skills-Assessment-for-the-Creative-Industries-of-the-UK.pdf>
- Creative and Cultural Skills (2012) Building a Creative Nation: Evidence Review  
[http://ccskills.org.uk/downloads/Building\\_a\\_Creative\\_Nation\\_-\\_Evidence\\_Review.pdf](http://ccskills.org.uk/downloads/Building_a_Creative_Nation_-_Evidence_Review.pdf)
- Cooke, P. and De Propris, L. (2011). A Policy Agenda for EU Smart Growth: The Role of Creative and Cultural Industries, *Policy Studies*, 32(4), 365-375, DOI:10.1080/01442872.2011.571852
- Cummings, M. C., R. S. Katz (1987), *The Patron State: Government and the Arts in Europe, North America, and Japan*. Oxford University Press, Oxford.
- DCMS (Department of Culture Media and Sport) (2001) *The Creative Industries Mapping Document*, London.
- Derooin V. (2011) “European Statistical works on Culture”, *Culture etudes*.
- Devine C. (2009) *Film City keeps Glasgow in the picture* <http://www.clydewaterfront.com/our-journey/news-archive/2009/film-city-keeps-glasgow-in-the-picture>
- Donald, Gertler, Tyler (2013) “Creatives after the crash”. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 3-21.
- Dubini P. (2015), “Imprenditorialità culturale: abbiamo bisogno di un termine nuovo?”, *Il Giornale dell'Arte*. <http://www.ilgiornaledellarte.com/arteimprese/articoli/2015/3/123626.html>
- Ernst and Young (2014) *Creating growth. Measuring cultural and creative markets in the EU*.  
[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Measuring\\_cultural\\_and\\_creative\\_markets\\_in\\_the\\_EU/\\$FILE/Creating-Growth.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU/$FILE/Creating-Growth.pdf)
- Etzkowitzz H. e Leydesdorff L. (2000) “The dynamics of innovation: from National Systems and ‘Mode2’ to a Triple Helix of university–industry–government relations”, *Research Policy* . Vol. 29: 109–123.
- European Commission, COM(2010) 183 final.  
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0183:FIN:EN:PDF>
- EU, DG Enterprise and Industry, (2012). *The Smart Guide to Service Innovation*.
- EU (2013) *Urban development in the EU: 50 projects supported by the European Regional Development Fund during the 2007-13 period*.  
[http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docgener/studies/pdf/50\\_projects/urban\\_dev\\_erdf50.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/50_projects/urban_dev_erdf50.pdf)
- European Union Regional Policy (2010) *Workshop on Re-using Brownfield Sites and Buildings*  
[http://ec.europa.eu/regional\\_policy/archive/conferences/sustainable-growth/doc/rfec\\_brownfield\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/archive/conferences/sustainable-growth/doc/rfec_brownfield_en.pdf)
- European Statistical System Network on Culture (2012), Final Report.

- [http://ec.europa.eu/culture/library/reports/ess-net-report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf)
- Euralens (2010) *Métiers d'art et du patrimoine*. <http://www.euralens.org/clusters-durables/metiers-dart.html>
- Garcia B. Melville R., Cox T. (2010) *Impacts 08 report. European Capital of Culture Research Programme*
- [http://www.liv.ac.uk/media/livacuk/impacts08/pdf/pdf/Creating\\_an\\_Impact\\_-\\_web.pdf](http://www.liv.ac.uk/media/livacuk/impacts08/pdf/pdf/Creating_an_Impact_-_web.pdf)
- Garcia B., Cox T. (2013) *European Capitals of Culture: Success Strategies And Long-Term Effect*. DG for Internal Policies.
- Gill, R. e Pratt A. (2008). "Precarity and Cultural Work In the Social Factory? Immaterial Labour, Precariousness and Cultural Work". *Theory, Culture & Society*. Vol. 25(7–8): 1–30
- Glasgow City Council (2006) Glasgow's Cultural Strategy <http://www.glasgowlife.org.uk/policy-research/cultural-strategy/documents/glasgowsculturalstrategymaindoc.pdf>
- Hearn, S., Savy, O. (2014) "Le développement de l'entrepreneuriat dans le secteur culturel en France". *Rapporto commissionato dai Ministeri della Cultura e della Comunicazione e dell'Economia, delle Attività Produttive e del Digitale*.
- Hesmondhalgh D. e Baker D. (2011) A very complicated version of freedom: Conditions and experiences of creative labour in three cultural industries.
- HKU (2010), The Entrepreneurial Dimension of the Cultural and Creative Industries, Hogeschool vor de Kunsten Utrecht.  
[http://www.creativwirtschaft.at/document/11\\_StudyontheEntrepreneurialDimensionoftheCulturalandCreativeIndustries.pdf](http://www.creativwirtschaft.at/document/11_StudyontheEntrepreneurialDimensionoftheCulturalandCreativeIndustries.pdf)
- Institut National de la Statistique et des études économiques (2015) *Emploi et revenus des indépendants : Les non-salariés dans les activités culturelles*. pp. 59- 73
- [http://www.insee.fr/fr/ffc/docs\\_ffc/Revaind15.pdf](http://www.insee.fr/fr/ffc/docs_ffc/Revaind15.pdf)
- KEA (2010) *Promoting Investment in the Cultural and Creative Sector: Financing Needs, Trends and Opportunities*  
[http://www.keanet.eu/docs/access%20to%20finance%20study\\_final%20report\\_kea%20june2010.pdf](http://www.keanet.eu/docs/access%20to%20finance%20study_final%20report_kea%20june2010.pdf)
- KEA (2006) *The Economy of Culture in Europe*. [http://ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf)
- Lazzeretti L., Capone F. Boix R. (2012), "Reasons for Clustering of Creative Industries in Italy and Spain", *European Planning Studies*, vol. 20 N.8, pp. 1243-1262.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España (2011) Estadísticas Culturales.  
[http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2012/capitulos/c\\_empleo1-2012.pdf](http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2012/capitulos/c_empleo1-2012.pdf)

- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España (2014) Estadísticas Culturales .  
[http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2014/capitulos/Empleo\\_cultural\\_2014\\_resultados.pdf](http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2014/capitulos/Empleo_cultural_2014_resultados.pdf)
- Ministry of Education, Culture and Science (2014) *Designing a Country, The Creative Industries in The Netherlands*, The Hague. [http://www.hollandtrade.com/sector-information/creative-industries/designing\\_a\\_country\\_aseiculture2014.pdf](http://www.hollandtrade.com/sector-information/creative-industries/designing_a_country_aseiculture2014.pdf)
- Ministry of Education, Culture and Science, Netherlands (2013) *Culture at a Glance*.  
<http://apeldoornconference.org/wp-content/uploads/2013/11/Culture-at-a-Glance-20131.pdf>
- McGranahan, D. e Wojan T. (2007), “Recasting the Creative Class to Examine Growth Processes in Rural and Urban Countries.” *Regional Studies*, Vol. 41, No. 2, pp. 197–216.
- Mossetto, G., Vecco M. (2001), *Economia del Patrimonio Monumentale*, Angeli, Milano.
- Mommaas, H. (2004). “Cultural Clusters and the Post-industrial City: Toward the Remapping of Urban Cultural Policy”. *Urban Studies*, Vol, 41, No. 3, pp. 507-532.  
<http://www.lse.ac.uk/geographyAndEnvironment/research/Mommaas%20Urban%20Studies.pdf>
- Mulcahy, K. M. (2006), “Cultural Policy: Definitions and Theoretical Approaches”, *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, Vol. 35, No. 4, pp. 319-331.
- Navarette Narváez, E., *Incubadora de Empresas Creativas: FONDESO-SEDECO*.
- NESTA (2015) *The Geography of the UK's Creative Industries and High-Tech Economies*.  
[http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/geography\\_uks\\_creative\\_high-tech\\_economieswv20151.pdf](http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/geography_uks_creative_high-tech_economieswv20151.pdf)
- Plaza B. (2008) “On some Challenges and Conditions for the Guggenheim Museum Bilbao to be an Effective Economic Re-activator”, *International Journal and Regional Research*, vol 32.2: 506-17
- Pratt, A. (2005). Cultural Industries and Public Policy, An Oxymoron? *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 31-44, DOI: 10.1080/10286630500067739
- Pratt A. (2004), *Creative clusters: towards the governance of the creative industries production system?* Media International Australia.
- Power D e Nielsén T. (2010) *Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries*. European Cultural Observatory.
- Rodriguez A. *et al.* (2001) “Uneven redevelopment: new urban policies and socio-spatial fragmentation in Metropolitan Bilbao” *European Urban and Regional Studie.s* vol 8.2:161-78.
- Roodhouse, S. (2009) “Universities and the Creative Industries”. *Journal of Arts Management, Law and Society*. <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/10632920903218554>

- Santagata, W. (2004). *Cultural districts and economic development*. International Centre for Research on the Economics of Culture, Institutions, and Creativity (EBLA).  
[http://www.eblacenter.unito.it/WP/2004/1\\_WP\\_Ebla.pdf](http://www.eblacenter.unito.it/WP/2004/1_WP_Ebla.pdf)
- Semaest (2015) *Créateurs & Artisans d'art: viaduc des arts et cour de l'industrie*.  
<http://www.leviaducdesarts.com/createursetartisansdartaparis/createurs-et-artisans-d-art-a-paris.pdf>
- Semaest (2013) *Rapport d'activité*.  
<http://www.semaest.fr/fileadmin/webmaster-fichiers/Publications/Rapport2013Semaest-web.pdf>
- Scott, Allen J. (2000) *The Cultural Economy Of Cities*. London: Sage.
- Stumpo G. e Manchin R. (2015). *The resilience of employment in the Culture and Creative Sectors during the crisis*. EENC Report. <http://cultureactioneurope.org/files/2015/03/EENC-resilienceemployment-2015.pdf>
- Terranova T. (2000) "Free Labour: producing culture for the digital economy". *Social Text*, Vol.18, N. 2: 33-58 Duke University Press.
- Throsby D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge University Press.
- Towse R. (2004). *Copyright and Artists' Labour Markets*. Erasmus University Rotterdam.
- UFC (Ufficio Federale della Cultura), Messaggio sulla Cultura 2016-2020.  
<http://www.bak.admin.ch/themen/04135/index.html?lang=it>
- UK Trade & Investment (2014). *UK Creative Industries. International Strategy*.  
[https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/329061/UKTI\\_Creative\\_Industries\\_Action\\_Plan\\_AW\\_Rev\\_3.0\\_spreads.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/329061/UKTI_Creative_Industries_Action_Plan_AW_Rev_3.0_spreads.pdf)
- UNESCO (1982), *Cultural Industries. A Challenge for the Future of Culture*, Paris: UNESCO;
- UNESCO (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>
- UNESCO (2012), *Measuring the economic contribution of cultural industries. A review and assessment of current methodological approaches*, Paris: UNESCO.
- UNESCO (2010), *Creative Economy Report 2010. A Feasible Development Option*, Geneva and New York: United Nations, [http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103_en.pdf)
- 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](http://unctad.org/fr/Docs/ditc20082cer_en.pdf)
- UNESCO (2005), *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*: [http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL\\_ID=31038&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=31038&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

Valentino P. (2013a), "L'Impresa Culturale e Creativa: Verso una Definizione Condivisa", *Economia della Cultura*, Vol. 23, N. 3: 273-288.

Valentino P. (2013b), "L'Arte di Produrre Arte", *Economia della Cultura*, Vol. 23, N. 3: 357-363

Vicario L. e Martinez Monje P.M. (2003) "Another 'Guggenheim effect': the generation of a potentially gentrifiable neighbourhood in Bilbao" *Urban Studies*, vol.40.12: 2383-400.

WIPO World Intellectual Property Organization (2013). *Draft guidelines on assessing the economic, social and cultural impact of copyright on the creative economy*.  
<http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/escia.pdf>

### **Sitografia**

22@Barcelona [www.22barcelona.com](http://www.22barcelona.com)

Basislager <http://www.basis-lager.ch/>; <http://fischer97.ch/de/project/basislager>

Creative Clyde [www.creativeclyde.com](http://www.creativeclyde.com)

Ciudad Creativa Digital [www.ccdguadalajara.com](http://www.ccdguadalajara.com)

Genk C-Mine [www.visitgenk.be](http://www.visitgenk.be)

Film City Glasgow [www.filmcityglasgow.com](http://www.filmcityglasgow.com)

Le viaduc des arts [www.leviaducdesarts.com](http://www.leviaducdesarts.com)

RDM Brochure

<http://www.rdmcampus.nl/documents/English/Brochure%20RDM%20Campus%20Rotterdam%20English.pdf>

SEMAEST [www.semaest.fr](http://www.semaest.fr)

Vallonia Distretto Creativo [www.creativewallonia.be](http://www.creativewallonia.be)

## BELGIO – FIANDRE E VALLONIA

Il Belgio è uno Stato federale nel quale le competenze settoriali fanno capo ai diversi livelli amministrativi sulla base di un complesso sistema di bilanciamento dei poteri. Le competenze dello stato federale si esercitano su un numero relativamente esiguo di materie strategiche (affari esteri, giustizia, finanze, difesa, affari interni e, in parte, sicurezza sociale); le rimanenti competenze sono in capo agli enti federati: principalmente alle regioni amministrative e alle comunità su linguistiche; alle province, ai comuni e agli organi intercomunali (aggregazioni di comuni) spettano competenze di ambito funzionale e territoriale.

Le Regioni e le Comunità linguistiche hanno competenze diverse; le prime si occupano, principalmente di politiche di gestione del territorio che includono alloggi, ambiente, impiego, sviluppo economico, trasporti, agricoltura, commercio estero, cooperazione internazionale; le seconde di sono competenti in ambito di tutela e identità culturale e linguistica (cultura, educazione, turismo, salute, affari sociali).

In questo capitolo viene presentato il sistema culturale della Comunità Fiamminga e l'implementazione della politica culturale da parte del Governo regionale, evidenziando le interazioni con il settore delle industrie creative e culturali e segnalando casi e buone prassi significative. Per la Vallonia, regione colpita dalla crisi del settore minerario, viene presentata una panoramica sulle iniziative legate alle industrie culturali e creative (ICC) che il Governo ha avviato nell'ambito del rinnovamento dell'intera industria regionale.

### **Fiandre: Struttura amministrativa e articolazione delle competenze in materia di cultura**

Il Governo Fiammingo opera nell'ambito delle competenze della Regione Fiamminga e della Comunità Fiamminga, avvalendosi caso per caso delle strutture amministrative competenti per le singole politiche (e delle relative norme di funzionamento). Nelle Fiandre le competenze culturali e quelle turistiche fanno capo a due ministeri distinti del Governo Fiammingo. La cultura rientra nelle competenze del Ministro ai Media, Cultura, Gioventù e ai rapporti con Bruxelles; il turismo rientra nelle competenze del Ministro alla Mobilità e Lavori Pubblici, alla Periferia di Bruxelles, al Turismo e al Benessere degli animali.

In generale, nel caso di decisioni di competenza di più di un Ministro, il Governo Fiammingo opera collegialmente. La cooperazione tra amministratori di diverse aree di policy avviene comunicando a diversi livelli e tramite la preparazione di dossier “inter gabinetto” prima delle decisioni in sede di Governo. Le agenzie e le amministrazioni culturali e quelle del turismo, tra le altre, non sfuggono a questa prassi, sviluppando con modalità diverse protocolli e procedure che fungono da cornice per le azioni in regime di collaborazione.

Per quello che riguarda specificamente il coordinamento delle politiche culturali con quelle turistiche nell'ambito delle attività internazionali, l'organo di indirizzo preposto è il MaCo ICCD (Managementcomité Internationaal Cultuurbeleid en Culturele Diplomatie), partecipato dai rappresentanti dei dipartimenti Fiandre Internazionali (Internationaal Vlaanderen) e Cultura, Gioventù, Sport e Media (CJSM - Cultuur, Jeugd, Sport en Media) oltre che dalle agenzie Visitflanders

(Toerisme Vlaanderen), Flanders Investment and Trade (FIT), Arti e Patrimonio (Kunsten en Erfgoed). Il comitato si riunisce a livello di vertice tre volte l'anno; le riunioni sono istruite da un tavolo tecnico permanente cui partecipano funzionari in rappresentanza di ciascun membro (CINT - Cel Internationaal Cultuurbeleid).

La nuova ripartizione delle competenze vede il Ministro della Cultura competente anche per i media, le politiche giovanili e i rapporti con la Regione di Bruxelles. La documentazione e i siti ufficiali di informazione, nonché l'organizzazione delle strutture che fanno capo al ministero, si riferiscono tuttora, nella maggioranza dei casi, alla ripartizione di competenze del precedente Governo. Per facilitare la lettura, nel presente capitolo ci si riferisce, se non dove necessario a fini di chiarezza, al Ministero della Cultura, senza ulteriori specificazioni.

### ***Una governance culturale plurale***

La distribuzione attuale delle competenze riflette l'ultima evoluzione, tuttora in corso, degli orientamenti di riforma politica e amministrativa dei governi fiamminghi inaugurata nel 2006 sotto il nome di “Migliore Politica Amministrativa” (Beter Bestuurlijk Beleid) secondo i principi contenuti nel Libro Verde – Sesta Riforma dello Stato (Groenboek zesde staatshervorming) e nel Libro Bianco – Riforma Interna dello Stato (Witboek interne staatshervorming), nei quali si prevede un'ampia razionalizzazione delle amministrazioni e delle agenzie governative e una tendenziale devoluzione di alcune competenze verso i livelli locali.

L'organizzazione che deriva da questi principi suddivide le competenze del Governo in 13 aree di policy, tra cui cultura, giovani, sport e media. A quest'area politica è assegnata una struttura amministrativa composta da dipartimenti e agenzie. La struttura delle competenze disegnata dal nuovo Governo regionale, insediato in seguito alle elezioni del maggio 2014, vede questa area di policy presidiata da due ministri: il Ministro della Cultura e il Ministro dell'Occupazione, Economia, Innovazione. Oltre ai due ministri, partecipano alla formazione di un Consiglio Politico (Beleidsraad) che determina le politiche culturali alcuni alti funzionari dell'amministrazione e i vertici di agenzie governative competenti: il segretario generale del Dipartimento Cultura, Gioventù, Sport e Media, l'amministratore generale dell'Agenzia Arti e Patrimonio, l'amministratore generale dell'Agenzia per il Lavoro Socio-Culturale per Giovani e Adulti, l'amministratore generale dell'Agenzia per lo Sport, l'amministratore dell'Autorità Fiamminga per i Media.

L'ordinamento prevede inoltre un comitato consultivo (SARC - Strategische Advies Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media) con funzione consultiva che può, su domanda del Consiglio Politico o di propria iniziativa, fornire consulenza sulla linea politica, disegni di legge, proposte ecc.

Le principali strutture che rientrano nel Ministero della Cultura sono il Dipartimento della Cultura, l'Agenzia Arti e Patrimonio, l'Agenzia per il Lavoro Socio-Culturale per Giovani e Adulti<sup>47</sup>: l'agenzia è una tipologia di soggetto molto diffusa nella pubblica amministrazione fiamminga; può avere personalità giuridica e diversi gradi di indipendenza. Tali agenzie implementano le normative settoriali (in primo luogo i decreti governativi) e si interfacciano con gli altri attori pubblici e privati che operano nel settore.

La governance del settore culturale e la sua articolazione in amministrazioni regionali e locali, agenzie governative e partenariati pubblico-privato, nonché i meccanismi di finanziamento per iniziative culturali, vengono implementati attraverso l'applicazione di decreti governativi relativi al settore.

<sup>47</sup> L'organigramma del Ministero è disponibile su <https://cjsm.be/over-het-beleidsdomein/organisatie>

I principali strumenti normativi, alcuni dei quali attualmente in fase di graduale aggiornamento, sono:

- il “*Decreto Beni Culturali*” (decreet van 6 juli 2012 houdende het Vlaams cultureel-erfgoedbeleid), che definisce le regole con cui la Comunità fiamminga sostiene e sovvenziona le organizzazioni che operano per la valorizzazione del patrimonio culturale e regola la tutela del patrimonio culturale ha per oggetto il patrimonio materiale mobile e quello immateriale. Il patrimonio immobile, i monumenti, il paesaggio e i siti archeologici non rientrano nell'oggetto di questo decreto<sup>48</sup>;
- il “*Decreto Arti*” (decreet houdende de subsidiëring van kunstenorganisaties, kunstenaars, organisaties voor kunsteducatie en organisaties voor sociaal-artistieke werking, internationale initiatieven, publicaties en steunpunten) introdotto nel 2004 e modificato nel corso del successivo decennio, sarà sostituito dal “Nuovo Decreto Arti” approvato nel 2013 e in vigore a partire dal 2016 regola il finanziamento del settore artistico (artisti e organizzazioni);
- il “*Decreto Partecipazione*” (decreet van 18 januari 2008 houdende flankerende en stimulerende maatregelen ter bevordering van de participatie in cultuur, jeugdwerk en sport) regola l'erogazione di incentivi per supportare la partecipazione culturale, il lavoro giovanile e lo sport;
- il *Decreto sulle politiche culturali locali* (decreet van 6 juli 2012 betreffende het Lokaal Cultuurbeleid), in vigore dal 1 gennaio 2014, conferisce autonomia ai comuni nella realizzazione di iniziative culturali locali;
- il “*Decreto Capolavori*” (decreet van 24 januari 2003 houdende bescherming van het roerend cultureel erfgoed van uitzonderlijk belang) regola la tutela dei beni culturali mobili di particolare importanza archeologica, storica, culturale, storica, artistica o scientifica per la Comunità fiamminga;
- il “*Decreto Memoriale*” (decreet van 15 juli 2011 Decreet houdende de erkenning van en de subsidierегeling voor het Memoriaal van de Vlaamse Ontvoogding en Vrede) è dedicato al riconoscimento e al finanziamento del Memoriale della emancipazione fiamminga e della pace.

Il nuovo regime delle competenze culturali locali introdotto con il decreto del 2012 prevede una razionalizzazione delle procedure di coordinamento tra politiche locali e regionali, con effetti sulla distribuzione delle risorse che la regione conferisce ai comuni. Secondo la nuova normativa, i comuni hanno la possibilità di definire le proprie attività culturali nell'ambito di una programmazione pluriennale non settoriale: mentre precedentemente erano tenuti a sottoporre alla regione un piano delle attività culturali per l'anno successivo, con il nuovo regime questo obbligo viene meno, sostituito da quello di sviluppare un piano strategico multisettoriale di lungo periodo. La regione stabilisce le

<sup>48</sup> La gestione del patrimonio culturale immobile, la cui competenza ricade tra quelle del Ministero della Pianificazione del territorio, Edilizia e Patrimonio ed è gestita da un'agenzia governativa, è attualmente disciplinata da un Protocollo interministeriale risalente al 2009. Tale protocollo definisce i meccanismi di cooperazione, coordinamento e consultazione tra i due ministeri e le rispettive agenzie operative e ha come scopo l'integrazione delle politiche, soprattutto in materia di protezione/manutenzione degli immobili di valore culturale e di promozione/valorizzazione del patrimonio immobiliare..

proprie priorità per ogni settore, definendo in questo contesto anche gli obiettivi della politica culturale fiamminga per i successivi 6 anni. I comuni sono tenuti a declinare, in piena autonomia, tali priorità, con la possibilità di definire politiche trasversali a settori diversi purché coerenti con gli obiettivi regionali. La regione definisce il proprio finanziamento ai comuni sulla base della coerenza con i propri obiettivi.

Il sistema ricalca la logica dell'utilizzo dei fondi strutturali comunitari e incentiva ciascuna comunità locale ad elaborare politiche che razionalizzino le risorse regionali concentrandole sugli obiettivi strategici prioritari, lasciando al contempo larghi margini di autonomia. La regione sovvenziona, in principio, soltanto i comuni che sottoscrivono le priorità della politica regionale.

Le tre principali priorità regionali relative alle politiche culturali comunali (e le relative voci di finanziamento) comprendono: le manifestazioni culturali locali, che devono essere qualitativamente rilevanti ed economicamente sostenibili; le biblioteche comunali, che devono incentivare la formazione culturale, stimolare alla lettura, promuovere l'inclusione (anche digitale) e l'accessibilità e impegnarsi nella collaborazione con le scuole; i centri culturali locali, che devono sostenere le arti amatoriali della comunità ma soprattutto formulare un'offerta culturale ampia e variegata coinvolgendo soggetti di qualunque categoria, con particolare riguardo per quelli sovvenzionati dalla regione,

La regione ha la possibilità di interrompere /ritirare il finanziamento ai comuni le cui attività culturali non si siano dimostrate coerenti con gli obiettivi della pianificazione.

### ***Patrimonio culturale e patrimonio immobiliare: due competenze distinte***

Il criterio che determina la competenza amministrativa sul patrimonio culturale distingue tra:

- Patrimonio mobile: dipinti, arazzi, mobili, gioielli, strumenti, utensili, veicoli, documenti, registrazioni o fotografie.
- Patrimonio immobiliare: monumenti, paesaggi, siti archeologici.
- Patrimonio **intangibile** e immateriale: celebrazioni, storie, canzoni, rituali, artigianato, tradizioni.

**Il Governo fiammingo riunisce il patrimonio mobile e quello intangibile nella categoria “patrimonio culturale”, di competenza della Comunità Fiamminga e gestito nell'ambito delle politiche del Ministero per la Cultura.** Il patrimonio immobiliare è di competenza della Regione fiamminga ed è gestito da un'altra agenzia, *Onroerend Erfgoede*, e rientra nella politica di pianificazione del territorio, abitativa e del patrimonio (la riforma in via di attuazione sposta il patrimonio immobiliare nelle competenze del Ministro Presidente, competente per la funzione pubblica, gli affari esteri e appunto il patrimonio immobiliare).

Il focus di questo capitolo è il patrimonio culturale e le relative politiche, di competenza del Ministero della Cultura. Quanto attiene al patrimonio immobiliare della Regione Fiamminga viene presentato nella sezione dedicata all'agenzia che lo gestisce, nell'ambito della rassegna degli attori delle politiche culturali.

## Gli attori delle politiche culturali

**Il Dipartimento Cultura, Giovani, Sport e Media** è la struttura più prossima ad un Ministero della Cultura. Fornisce consulenza ai ministri, istruisce le politiche sui settori di competenza e svolge funzioni di monitoraggio e vigilanza. Al suo interno è articolato in uffici con competenze per ambiti tematici (è presente un ufficio per la cultura) e, nella riforma amministrativa in corso, ha acquisito la diretta responsabilità del Museo Reale di Belle Arti di Anversa (KMSKA), la principale istituzione culturale della Comunità Fiamminga.

**L'Agenzia per le Arti e il Patrimonio (Kunsten en Erfgoed)** è l'ente responsabile per l'attuazione delle politiche del patrimonio culturale<sup>49</sup> che si occupa di:

- riconoscere e sovvenzionare le organizzazioni culturali;
- tutelare e salvaguardare il patrimonio culturale;
- gestire la Collezione della Comunità Fiamminga e tre istituzioni culturali proprie: il Centro Frans Masereel di Anversa, il Castello di Gaasbeek nel Pajotteland e il Castello di Alden Biesen.

## I centri servizi

Svolgono inoltre un importante compito di interfaccia tra il Governo e i relativi settori di competenza gli *steunpunten*, i centri servizi riconosciuti e sostenuti dal Governo per l'implementazione di aspetti rilevanti delle politiche culturali che non gestiscono erogazioni finanziarie. La riforma in corso sta razionalizzandone la mappa senza modificare sostanzialmente le funzioni dei singoli soggetti. Nel 2014 - 2015 è previsto l'accorpamento di BAM, VTi e Centro Musicale Fiammingo, le cui funzioni confluiscono in un nuovo centro servizi (Centro Arti). Attualmente i centri servizi sono:

- Il centro servizi per il patrimonio (**Faro**), che fornisce sostegno agli operatori del settore dei beni culturali sotto forma di consulenza (tra cui la mappatura delle fonti di finanziamento disponibili) e di networking. Funge da interfaccia del Governo per tutte le iniziative legate al patrimonio mobile e intangibile, anche in collegamento con le competenze di altre amministrazioni: patrimonio immobiliare, arti amatoriali, lavoro socio-culturale, istruzione, turismo, scienza e innovazione. Promuove e gestisce progetti di reti di organizzazioni internazionali, bilaterali e multilaterali. Favorisce lo sviluppo delle industrie culturali e contribuisce al rafforzamento delle iniziative di supporto socio-economico agli operatori del settore.
- Il centro servizi per i media e gli audiovisivi (BAM - Instituut voor beeldende audiovisuele en mediakunst), che funge da intermediario tra il settore dei media e degli audiovisivi e il Governo, e si occupa di orientamento, promozione internazionale e analisi.
- Il centro servizi per l'industria musicale (MCV - Muziekcentrum Vlaanderen), che è il referente ufficiale per l'industria musicale professionale nelle Fiandre e ha il compito di sostenere il settore privato e la politica settoriale attraverso il supporto operativo alle

<sup>49</sup> Per maggiori dettagli circa l'utilizzo delle risorse dell'Agenzia si rinvia al paragrafo successivo dove viene dettagliata l'allocazione del budget. A cavallo della primavera – estate 2015 l'Agenzia sarà incorporata nel Dipartimento Cultura, Giovani, Sport e Media, senza alterare sostanzialmente le proprie funzioni.

iniziative, la raccolta e divulgazione di informazioni pertinenti, le attività di pubblicazione e di promozione.

- Il centro servizi per lo spettacolo (VTi - Vlaams Theater Instituut) centro studi e ricerche sulle arti performative, funge da orientamento per gli operatori e da interfaccia con il Governo.
- Il centro servizi per l'architettura (Vai - Vlaams Architectuurinstituut) è il punto di contatto tra gli operatori e il settore pubblico. Organizza attività di divulgazione, eventi in collaborazione con analoghi istituti a livello internazionale.
- Il centro servizi di consulenza legale e commerciale (Kunstenloket) offre assistenza ai singoli operatori privati dei settori artistici e svolge attività di formazione.

### ***Altri soggetti: i partenariati***

Alcuni partenariati di scopo sono costituiti tra soggetti già operanti nel settore. I più rilevanti sono:

- *Arts Flanders*, intende porsi come punto di riferimento per l'informazione sull'arte e il patrimonio delle Fiandre e per gli artisti fiamminghi all'estero, costituita da MCV, VTi, BAM, Faro e i fondi per l'architettura e per la letteratura.
- Collezione arte fiamminga (Vlaamse Kunstcollectie), agisce sul fronte della valorizzazione delle collezioni artistiche di produzione fiamminga tra Medioevo e Novecento, costituita dal Museo Reale di Belle Arti di Anversa, il Groeningemuseum di Bruges e il Museo di Belle Arti di Gent.

### ***I monumenti e il patrimonio immobiliare: l'Agenzia Onroerend Erfgoed***

L'Agenzia definisce e implementa le politiche che hanno per oggetto il patrimonio. Identifica e protegge gli edifici, i paesaggi, i siti archeologici e il patrimonio nautico. Supporta i cittadini, le autorità locali, i responsabili di specifici progetti e gli altri organismi interessati. Si occupa delle politiche di ricerca e comunicazione ai cittadini, secondo l'indirizzo del Ministero per il Patrimonio Immobiliare, in partenariato con le amministrazioni locali.

L'Agenzia funge da interfaccia con altri settori della pubblica amministrazione quali il turismo, la pianificazione urbana, le arti e il patrimonio culturale, la natura, l'educazione.

**Tabella 6. Elenco dei siti protetti dall'Agenzia Onroerend Erfgoed (Anno 2013)**

|                          |        |
|--------------------------|--------|
| Monumenti                | 10 948 |
| Città e Villaggi         | 1 600  |
| Paesaggi                 | 679    |
| Zone Archeologiche       | 10     |
| Porti e Ancoraggi        | 47     |
| Patrimonio Marittimo     | 13     |
| Patrimonio Paesaggistico | 11     |

Fonte: Beleidsnota 2014-2019 Onroerend Erfgoed

L'agenzia eroga inoltre sussidi a favore di una rete stabile di soggetti privati partner con competenze su specifici aspetti del patrimonio:

- il Centro per la le Arti e la Cultura Religiosa (CRKC) offre consulenza e formula progetti per la salvaguardia e la valorizzazione del patrimonio religioso degli Enti Locali;
- l'Associazione Monumenti Aperti (Open Monumentenvereniging) gestisce l'utilizzo dei siti monumentali e conferisce contributi per il restauro volto all'utilizzo, per le finalità stabilite dalla legge, del patrimonio monumentale da parte di terzi;
- IAD-IOED, iniziative intercomunali per la cura del patrimonio archeologico;
- l'Ente per la Salvaguardia dei Monumenti (Monumentenwacht), effettua ispezioni preventive agli edifici di pregio, al patrimonio architettonico, archeologico e marittimo, mirate al mantenimento e alla salvaguardia;
- Herita, associazione che promuove la partecipazione e la fruizione popolare del patrimonio attraverso la gestione di siti e il loro reinserimento nella vita cittadina, l'organizzazione di attività (es. la giornata dei “monumenti aperti”) di divulgazione e approfondimento culturale relative al patrimonio diffuso;
- Associazione L'Organo nelle Fiandre (Het Orgel in Vlaanderen), che promuove la riscoperta della cultura organistica fiamminga.

## **Il patrimonio culturale fiammingo**

Il patrimonio culturale fiammingo è composto di entità di interesse culturale (musei e consorzi di musei; siti archeologici; collezioni di opere d'arte, fondi archivistici, ecc.) di diversa natura e forma giuridica. Essi possono rientrare nelle competenze di enti di qualsiasi livello di governo. La determinazione del numero di musei e di asset culturali in generale dipende dal fatto che una struttura culturale sia o meno riconosciuta pubblicamente o rimanga nell'ambito delle iniziative private. Sono disponibili dati puntuali soltanto delle strutture riconosciute. Di seguito si descrive l'istituto del riconoscimento per i musei che ne determina lo status nei confronti dell'amministrazione.

L'ordinamento prevede diversi livelli di riconoscimento pubblico: i principali sono il marchio di qualità (che configura un riconoscimento pubblico e rimane esplicitamente non collegato al sostegno finanziario regionale) e il riconoscimento regionale (che garantisce un contributo finanziario ai costi di funzionamento per cinque anni). Il riconoscimento può essere esteso ai soggetti culturali che detengano una raccolta, svolgano funzione di conservazione e gestione, effettuino ricerca e siano rivolti al pubblico.

L'attuale sistema vede riconosciuti un totale di 98 raccolte gestite da organizzazioni culturali, tra cui 15 archivi, 8 biblioteche e 75 musei. I musei riconosciuti che hanno diritto a un sostegno finanziario sono 21. Secondo il database dell'associazione culturale Collezioni d'Arte Pubbliche nelle Fiandre (Openbaar Kunstbezit in Vlaanderen) sono presenti sul territorio fiammingo 973 musei o collezioni non riconosciuti, legati ad amministrazioni pubbliche locali. Non si tratta di musei che espongono collezioni d'arte legate al patrimonio culturale in senso stretto, ma si occupano anche aspetti etnografici e folkloristici.

La Comunità Fiamminga riconosce e co-finanzia alcune istituzioni culturali “proprie”: *Ancienne Belgique*, Balletto Reale delle Fiandre e Opera Fiamminga, Museo Reale di Belle Arti di Anversa,

Museo d'Arte Contemporanea di Anversa, deFilharmonie (Filarmonica Reale Fiamminga), deSingel, Orchestra Radiofonica Fiamminga e Coro della Radio.

### ***Criteri per il riconoscimento regionale dei musei e per l'accesso alle sovvenzioni regionali***

I musei e gli insiemi di musei a vario titolo consorziati, che aspirano al riconoscimento e al supporto finanziario regionale devono svolgere funzioni di raccolta, conservazione e gestione, ricerca e apertura alle esigenze del pubblico secondo standard internazionali; qualora ricorrano tali requisiti, possono rivolgere una domanda di riconoscimento o di sovvenzione al Ministero. La domanda di riconoscimento è disgiunta dalla domanda di finanziamento; l'accoglimento della prima è condizione necessaria alla seconda.

I criteri qualitativi che rilevano ai fini dell'ammissibilità delle domande di finanziamento comprendono, tra gli altri, la rilevanza culturale del patrimonio, la qualità delle modalità di ricezione del pubblico e di comunicazione, l'ampiezza geografica del pubblico raggiunto, la gestione economica e commerciale, gli sforzi in materia di sostenibilità, la collaborazione e la creazione di reti, sia nelle Fiandre che a livello internazionale.

Oltre agli elementi formali, le istituzioni che ambiscono al finanziamento regionale devono fornire una dettagliata analisi della mission istituzionale, del contesto ambientale, del funzionamento e della sostenibilità finanziaria. La domanda nello specifico deve contenere una descrizione degli obiettivi operativi di politica culturale che si intendono perseguire e delle misure che si intendono mettere in atto con il finanziamento regionale secondo parametri di specificità, misurabilità, raggiungibilità, realistica e secondo una scansione temporale definita.

La domanda viene valutata da una commissione istituita presso il Ministero e, in caso di accoglimento, conduce alla definizione di una convenzione tra le parti, che stabilisce gli obblighi in capo al beneficiario relativamente all'utilizzo dei fondi. La commissione decide l'ammontare del finanziamento basandosi su un importo base stabilito dal Decreto Beni Culturali, sulla validità della proposta ricevuta e sulla base dell'annuale disponibilità del bilancio.

L'Agenzia Arti e Patrimonio effettua valutazioni periodiche ongoing ed ex post delle azioni implementate con i sussidi regionali e ne comunica gli esiti all'istituzione interessata in tempi congrui con le scadenze di presentazione di successive domande di finanziamento. In caso di gravi inadempimenti, in corso d'opera o ex-post, ha la facoltà di proporre al Ministero il ridimensionamento o la cancellazione del sussidio.

La valutazione effettuata nel 2013 per l'assegnazione delle sovvenzioni 2014-2018 ha riconosciuto idonei 21 dei 23 musei richiedenti, e 7 di essi hanno ricevuto risorse aggiuntive in relazione all'eccellenza della gestione. L'eventuale mancato riconoscimento regionale non pregiudica la possibilità di attingere ad altre risorse pubbliche, ad esempio a livello locale, e/o private.

Dal 2010 il Governo ha adottato una politica anche per il patrimonio culturale immateriale che favorisce la tutela, la conservazione e la valorizzazione delle pratiche culturali, la conoscenza degli usi e costumi tradizionali. Sulla base di tale politica sono stati realizzati un inventario e una piattaforma del patrimonio immateriale e si sono finalizzate con successo alcune iscrizioni alla lista del patrimonio immateriale UNESCO secondo la Convenzione per la Salvaguardia del Patrimonio Immateriale del 2003.

### ***Politica culturale fiamminga e gestione esterna dei servizi accessori***

La politica culturale della Comunità Fiamminga si basa sui seguenti valori: parità dei diritti, qualità e diversità dell'offerta culturale, democrazia culturale e partecipazione, crescita delle competenze culturali, creatività, protezione e promozione del patrimonio culturale.

Le autorità fiamminghe operanti nel settore culturale, delle arti professionali, del lavoro socio-culturale hanno la responsabilità di sviluppare un quadro strategico, predisporre gli strumenti operativi, monitorare azioni e risultati, intraprendere misure per incrementare la qualità dell'offerta culturale e la disponibilità di servizi.

In questo quadro generale, la politica del Governo precedente si è avvalsa delle linee guida elaborate dal SARC (Strategische Advies Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media) per il quinquennio 2009-2014, mentre non sono disponibili quelle per il quinquennio 2015-2019, per il quale attualmente la documentazione strategica del comparto è costituita dalla “Nota politica” (Beleidsnota 2014-2019 - Cultuur) presentata dal nuovo Ministro Sven Gatz, articolata su cinque priorità: 1) migliorare la sostenibilità della cultura nel breve termine (efficienza delle strutture, strategie per aumentare i ricavi da biglietteria, stabilità delle professioni artistiche) e nel lungo termine (infrastrutture di eccellenza); 2) innovazione e digitalizzazione; 3) maggiore cooperazione tra diversi livelli istituzionali e accorpamenti; 4) internazionalizzazione; 5) partecipazione popolare alle iniziative culturali. Viene inoltre indicato in modo esplicito il turismo tra le politiche con le quali perseguire maggiore integrazione rispetto alle politiche culturali.

I progetti che hanno attualmente una priorità definita riguardano principalmente la costituzione di un soggetto stabilmente preposto alla promozione di grandi eventi sui mercati internazionali (Events Flanders) e iniziative di lungo termine già intraprese nel corso della precedente legislatura; tra queste il rinnovamento del Museo Reale di Belle Arti di Anversa, la cui sede storica è attualmente in corso di rinnovamento e le cui competenze sono in fase di ridefinizione con l'obiettivo politico dichiarato di renderlo “il modello dei musei fiamminghi”.

I dati relativi alle politiche culturali sono raccolti dal Centro Studi del Governo fiammingo (Studiedienst van de Vlaamse Regering) e dall'Agenzia Arti e Patrimonio.

Non si pone ancora nel contesto normativo fiammingo il problema della gestione esterna di servizi accessori legati al patrimonio culturale, almeno per quanto riguarda la realizzazione e la distribuzione di merchandising. Con un decreto del 2006 il Governo fiammingo ha istituito LUKAS, una Srl a capitale pubblico con le funzioni di:

- creare un archivio digitale per raccogliere, archiviare e gestire in modo interattivo le immagini del patrimonio culturale;
- sviluppare merchandising che garantisca livelli qualitativi e ritorni economici adeguati, gestendo le scorte e valorizzando le attività;
- fornire a terzi consulenza professionale sui vari aspetti della elaborazione delle immagini.

La collezione di LUKAS comprende i capolavori dei musei più importanti e di alcune collezioni non riconosciute tra i musei fiamminghi. La gestione è autonoma e mira a ottimizzare, garantendo il livello qualitativo, il ritorno economico, anche attraverso azioni di promozione.

La gestione di servizi accessori (principalmente bookshop; in alcuni casi ristoranti dei musei e caffetterie) avviene principalmente per via diretta, utilizzando in buona parte dei casi personale del museo. L'affidamento a terzi, per quanto non diffuso, è presente, ma non è presente un sistema normativo e fiscale che deroghi al regime ordinario.

### **Articolazione della spesa per il settore cultura**

La spesa in cultura, negli ultimi anni attorno ai 400-500 milioni di euro, è la voce di bilancio più importante nell'ambito della politica della Cultura, Gioventù, Sport e Media (CJSM). Le maggiori voci di bilancio sono veicolate attraverso l'Agenzia per il Lavoro Sociale e l'Agenzia per le Arti e il Patrimonio (186 e 210 milioni di euro circa, rispettivamente).

L'Agenzia per il Lavoro Sociale impiega una quota rilevante del proprio budget (circa 100 milioni di euro) a favore della cultura locale (biblioteche pubbliche e centri culturali) e delle associazioni e movimenti che contribuiscono all'educazione culturale al di fuori della formazione tradizionale (circa 50 milioni di euro).

L'Agenzia per le Arti e il Patrimonio attua il Decreto Beni Culturali, che sostiene le organizzazioni culturali riconosciute a livello regionale (circa 40 milioni di euro), e il Decreto Arti, che supporta artisti individuali e organizzazioni di artisti (circa 165 milioni di euro). Il mandato dell'Agenzia include il finanziamento di iniziative culturali legate a progetti internazionali, di pubblicazioni sul patrimonio culturale, la cultura popolare e la storia, il sostegno al centro servizi settoriale. Rientrano inoltre in questi finanziamenti il supporto alle alleanze tra musei per la promozione delle proprie collezioni (come la Collezione Arte Fiamminga – VlaamseKunstCollectie, o il Patrimonio Culturale Contemporaneo Fiammingo – CAHF).

**Tabella 7. Andamento delle spese dell'Agenzia per le Arti e Patrimonio del Ministero della Cultura e % sulla spesa culturale complessiva del Governo Fiammingo**

(2009- 2014 in euro)

|                                                         | 2009                  | 2010                  | 2011                  | 2012                  | 2013                  | 2014                  |
|---------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Agenzia Arti e Patrimonio (A&P) – DAC *                 | 5 699 000,00          | 5 457 000,00          | 5 041 631,00          | 4 942 000,00          | 5 405 000,00          | 5 330 000,00          |
| Costi Generali Agenzia A&P **                           | 836 000,00            | 582 774,58            | 650 951,81            | 649 679,83            | 577 699,79            | 549 015,00            |
| Spese per l'implementazione del decreto Beni Culturali. | 39 150 000,00         | 38 995 000,00         | 38 665 000,00         | 39 489 623,00         | 39 361 000,00         | 40 338 000,00         |
| Spese per l'implementazione del Decreto Arti            | 151 757 000,00        | 160 947 000,00        | 160 556 506,89        | 164 634 000,00        | 168 633 000,00        | 176 777 000,00        |
| <b>Totale Agenzia A&amp;P</b>                           | <b>197 442 000,00</b> | <b>205 981 774,58</b> | <b>204 914 089,70</b> | <b>209 715 302,83</b> | <b>213 976 699,79</b> | <b>222 994 015,00</b> |
| <b>Spesa totale settore allargato cultura</b>           | <b>490 167 000,00</b> | <b>512 487 000,00</b> | <b>493 785 000,00</b> | <b>488 468 000,00</b> | <b>502 686 000,00</b> | <b>547 952 000,00</b> |
| <b>Spesa totale Governo fiammingo</b>                   | <b>25 141 705 000</b> | <b>25 158 956 000</b> | <b>26 156 592 000</b> | <b>26 884 838 000</b> | <b>27 667 576 000</b> | <b>28 110 575 000</b> |
| % A&P su spesa Governo                                  | 0,79%                 | 0,78%                 | 0,75%                 | 0,73%                 | 0,71%                 | 0,70%                 |
| % A&P su totale settore allargato cultura               | 40,28%                | 38,53%                | 39,99%                | 40,42%                | 39,28%                | 36,03%                |
| % spesa beni culturali. su spesa Governo                | 0,16%                 | 0,16%                 | 0,15%                 | 0,15%                 | 0,14%                 | 0,14%                 |
| % spesa arti su spesa Governo                           | 0,60%                 | 0,60%                 | 0,58%                 | 0,56%                 | 0,55%                 | 0,54%                 |
| % beni culturali su cultura                             | 7,99%                 | 7,64%                 | 7,93%                 | 8,01%                 | 7,79%                 | 7,14%                 |
| % arti su cultura                                       | 30,96%                | 29,61%                | 30,73%                | 31,07%                | 30,19%                | 27,70%                |

(\*) Derde Arbeidsccircuit: sussidi erogati per inserire disoccupati di lunga durata nel mercato del lavoro socialmente utile. L'equivalente dei LSU introdotti col "Pacchetto Treu" in Italia nel '97.

(\*\*) Spese di consulenza, rappresentanza, comunicazione, spese legali e beni materiali

Fonte: Agenzia Arti e Patrimonio, <http://2013.kunstenenergoedjaarverslag.be/jaarverslag-2013/over-ons/begroting/de-kijker-beleidsmiddelen-2009-2014/hoe-situeert-kunsten-en-erfg>

Il Decreto Arti prevede l'erogazione delle risorse allocate dal Governo agli artisti, alle organizzazioni e ai soggetti che hanno titolo a richiedere un finanziamento in base alla normativa. La voce più rilevante in attuazione del Decreto Beni Culturali riguarda il finanziamento degli istituti riconosciuti a livello regionale.

Tabella 8. Erogazioni dell'Agenzia Arti e Patrimonio per categoria di beneficiari

(Anno 2013)

| Categoria                                                                    | Numero beneficiari | Contributo (€)    |
|------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------------------|
| Organizzazioni di servizi                                                    | 1                  | 1 840 000         |
| Musei riconosciuti a livello regionale                                       | 19*                | 7 584 000         |
| Archivi culturali                                                            | 7                  | 6 405 000         |
| Biblioteche                                                                  | 1                  | 310 000           |
| Partnership per rafforzare il profilo internazionale delle collezioni d'arte | 3                  | 467 000           |
| Organizzazioni cultura popolare e centri del patrimonio culturale rurale     | 11                 | 2 975 000         |
| Pubblicazioni periodiche del patrimonio culturale                            | 4                  | 105 500           |
| Partnership comuni - comunità fiamminga                                      | 22                 | 6 871 747         |
| Musei locali                                                                 | 2                  | 25 098            |
| Pubblicazioni locali                                                         | 19                 | 19 953            |
| Partnership con le province                                                  | 5                  | 1 495 000         |
| Istituzioni della comunità fiamminga                                         | 3                  | 4 972 000         |
| <b>Totale</b>                                                                | <b>97</b>          | <b>33 070 298</b> |

\* I musei riconosciuti a livello regionale sono passati a 21 per il periodo 2014 - 2018

Fonte: Kunsten en Erfgoed

In aggiunta al budget allocato alle Agenzie, le politiche culturali vengono implementate attraverso una serie di Fondi tematici che erogano risorse agli attori attivi nei settori di competenza, per sostenere le industrie culturali che non rientrano nel sistema delle istituzioni riconosciute.

**Fondo Audiovisivo Fiammingo** (Vlaams Audiovisueel Fonds): istituito dal Governo per sostenere attività nel settore audiovisivo, in particolare la creazione di prodotti, la formazione continua dei professionisti e la ricerca applicata. La sua dotazione complessiva nel 2013 è stata di 14 992 000 euro, suddivisi per attività nei settori audiovisivo, media e videogiochi.

**Fondo Fiammingo per la Letteratura** (Vlaams Fonds voor de Letteren): ente pubblico fiammingo (VOI) attivo dal 2000. Supporta lo sviluppo e la professionalizzazione del settore letterario, concedendo sovvenzioni e finanziando progetti, piattaforme di collaborazione e altre iniziative di professionisti e organizzazioni di settore. Opera nei campi della letteratura, della traduzione, delle biografie di autori fiamminghi, del fumetto.

**CultuurInvest:** fondo dedicato alle attività e progetti culturali in senso lato, parte di *ParticipatieMaatschappij Vlaanderen* (PMV), una società di investimento indipendente a partecipazioni pubblica (la Regione Fiamminga è socio unico).

**Fondo Infrastrutture Culturali** (FoCI - Fonds Culturele Infrastructuur): ente pubblico istituito con decreto del 1998. Dipende dal Ministero della Cultura e gestisce la manutenzione e la sorveglianza preventiva delle infrastrutture esistenti. È proprietario di un alloggio destinato ai giovani della Comunità Fiamminga per favorire attività culturali; concede risorse destinate agli investimenti per le grandi opere infrastrutturali di interesse culturale e/o a favore delle politiche per la gioventù.

### **Contributo dei Fondi Europei nel settore culturale**

Non sono stati reperiti dati omogenei sull'utilizzo dei Fondi Europei nella regione delle Fiandre. È disponibile un database aggiornato per il FESR mentre non sono reperibili informazioni complete per FSE, FEASR, FEP/FIVA.

#### **Box 1. Iniziative culturali co-finanziate da fondi europei**

##### **Progetto “A future creative hotspot”, Genk, C-Mine.**

Progetto con cui la città industriale di Genk ha puntato alla riqualificazione sviluppando i settori innovativi e creativi. Situata nei pressi di Hasselt, con una popolazione di 64000 persone, la città ha sofferto per la crisi dell'industria automobilistica e, precedentemente, per quella del comparto estrattivo. Dopo l'acquisto da parte del Comune di Genk, supportato dal Governo Fiammingo, dell'area della miniera-C di Winterslag, è stato avviato il progetto di trasformazione del sito in centro polifunzionale con un forte orientamento verso la formazione nei settori creativi, oltre che nell'utilizzo degli spazi per attività culturali (media/arts/design academy, spazi per esposizioni) e imprenditoriali (incubatore per start-up del design) e artistiche.

Investimento complessivo: 558 537 400 euro.

Finanziamento EU/FESR: 317 819 800 euro.

##### **Progetto “Regional Branding Hageland**

Progetto per la creazione di un marchio – ombrello e per la realizzazione di azioni di comunicazione aventi come oggetto le attività economiche, culturali, rurali nel campo dell'*health food* e turistiche nella Hageland, sub-regione all'interno del Brabante fiammingo.

Investimento complessivo: 499 500 euro.

Finanziamento EU/FESR: 199 800 euro.

##### **Progetto “Kobra” - Riqualificazione del Korenmarkt e delle strade adiacenti, Gent**

Progetto di riqualificazione urbana dell'area del Korenmarkt mediante la realizzazione di passeggiate, zone per lo shopping, aree di sosta con vista sulle attrattive architettoniche. Il progetto è stato sviluppato nell'ottica di restituire alla memoria collettiva della città storica un'area, gravata dal sovrapporsi di interventi urbanistici non coordinati, stimolando allo stesso tempo lo sviluppo economico, l'innovazione, la coesione sociale e lo sviluppo sostenibile.

Investimento complessivo: 5 880 170 euro.

Finanziamento EU/FESR: 2 352 068 euro.

### **Industrie creative e cluster culturali**

Il Governo fiammingo riconosce le Industrie Culturali e Creative (ICC), in generale, come l'insieme dei settori e delle attività che si basano sul contributo della creatività umana come fattore produttivo essenziale per la creazione di valore economico, simbolico e sociale. Come per altre attività produttive tradizionali, le ICC vengono analizzate in base alle diverse fasi della catena del valore (creazione, produzione, distribuzione e consumo). Complessivamente, le Fiandre distinguono dodici settori creativi nei quali operano numerosi attori commerciali e non commerciali.

L'analisi e le politiche governative tengono conto del fatto che le caratteristiche del comparto differiscono significativamente da quelle dell'economia tradizionale:

- gli attori sono principalmente microimprese da uno a tre dipendenti. Il numero di imprese con più di cinquanta dipendenti è marginale, pur rappresentando oltre il 40% del fatturato annuale. Sono sostanzialmente assenti le aziende di medie dimensioni;
- le aziende delle ICC occupano una forza lavoro tendenzialmente qualificata e sono fortemente condizionate dalle norme relative alla proprietà intellettuale;
- la condizione di *multi-jobholding* dei lavoratori del comparto è più la regola che l'eccezione, e molte attività si basano principalmente sul lavoro a progetto;
- il valore di un lavoro creativo o culturale è spesso (almeno parzialmente) di natura immateriale e principalmente personalizzato.

Questa combinazione di caratteristiche rende difficile l'accesso a forme di investimento significative in quanto presenta notevoli rischi di fallimento del mercato e richiede dunque un adeguato insieme di politiche per promuovere le capacità imprenditoriali. Per questi motivi l'azione governativa si sta orientando verso lo sviluppo di una politica specifica per le ICC nell'ambito della generale politica culturale.

### ***Mappatura e valore economico delle ICC***

Secondo uno studio dell'Università di Anversa sulla mappatura e il peso economico delle ICC nelle Fiandre, il comparto rappresenta un volume d'affari complessivo di circa 22 miliardi per un valore aggiunto di circa 7 miliardi, pari a circa il 3% del PIL regionale. Vi lavorano complessivamente il 13% dei lavoratori autonomi della regione (52.882 su 400.860) e il 3% dei dipendenti (73.862 su 2.439.000), per un totale ponderato del 4,5% (126.744 su 2.839.860) degli occupati (Schrauwen, J. et al., 2014).

Nel 2010 in occasione del *Forum della Cultura 2020* le Fiandre hanno iniziato un processo di definizione ufficiale del perimetro dei settori culturali e creativi, *Culturele en Creatieve Sectoren* (CCS). In quel contesto sono stati sviluppati i documenti e gli studi che tuttora costituiscono lo scenario concettuale e terminologico, anche se non formalizzato in una normativa dedicata e organica, entro il quale il Governo fiammingo implementa le politiche in questi settori (*Documento di visione e Matrimonio tra cultura ed economia*, 2011).

Il Governo fiammingo utilizza in questo campo un approccio trasversale ai tre cluster nei quali sono raggruppate le attività culturali e creative, presidiate nel mercato da attori pubblici e privati, sia for profit che non-for-profit. I settori di riferimento (secondo la nomenclatura NACE-BEL) e le loro aggregazioni sono:

- arti e beni culturali: arti visive, spettacolo e patrimonio culturale;
- media e spettacolo: editoria, nuovi media, audiovisivi, industria della musica, industria del videogioco;
- servizi alle imprese creative: comunicazione e pubblicità, architettura, design, moda.

### ***Evoluzione del comparto negli anni della crisi***

Nel 2014 è stato realizzato un aggiornamento della mappatura e della valutazione economica del comparto, basata su dati del 2010. Rispetto ai dati 2008 si riscontrano un aumento del numero di lavoratori autonomi (+2%), dei dipendenti (6%) e dei datori di lavoro (5%), mentre sono diminuiti il fatturato (-5%) e il valore aggiunto (-2%).

Tale andamento complessivo non è tuttavia omogeneo all'interno dei tre cluster: mentre i settori relativi alle arti e al patrimonio culturale sono cresciuti in tutte le variabili (sia occupazionali che di reddito), la filiera dei media e dello spettacolo ha registrato un trend negativo su tutti i fronti. Nel terzo cluster (servizi alle imprese creative) il quadro è misto: il numero dei lavoratori autonomi e dei datori di lavoro è in aumento, mentre calano fatturato e valore aggiunto.

Il quadro e la dinamica evolutiva hanno, nelle analisi svolte finora, di fatto confermato che le potenzialità delle ICC rimangono elevate; la sensibilità di alcuni settori (e non di altri) alla crisi e il differente contributo alla crescita occupazionale rendono tuttavia necessario approfondire le caratteristiche e gli elementi di crescita e contrazione a livello disaggregato.

### **Politiche e strumenti a sostegno delle ICC**

#### ***Attori***

Allo stato attuale il coordinamento delle politiche per le ICC nelle Fiandre è affidato, secondo le modalità tipiche della gestione della governance regionale (plurale e distribuita) ad un mix di soggetti pubblici e para-pubblici (Dipartimento Cultura, Gioventù, Sport e Media, Agenzia per l'Imprenditorialità e PMV, principalmente) e privati (tra cui il centro servizi riconosciuto *Kunstenloket*, specializzato nella consulenza commerciale e legale per il settore creativo, e Flanders DC, attivo nell'imprenditoria creativa).

Da questi soggetti è stata promossa e costituita negli ultimi anni una Consulta delle Industrie Creative (OCI), che riunisce 26 organizzazioni rappresentative delle ICC e si occupa, complessivamente, dell'insieme degli aspetti delle politiche necessarie allo sviluppo delle ICC. OCI ha elaborato tra il 2010 e il 2011 un documento contenente le raccomandazioni per una politica sul comparto (*Visienota Creatieve industrieën*), presentata nel 2011 al Ministro Presidente e al Ministro dell'Innovazione. Tale documento, unitamente alle successive "Note Politiche" da parte dei Ministri competenti sulle ICC, fornisce tuttora lo schema di base per le azioni del Governo sulle ICC. Le organizzazioni che costituiscono la OCI sono indicative delle tipologie di soggetti coinvolti e dell'ampiezza delle tematiche e delle problematiche connesse con le ICC secondo la Regione Fiamminga, nonché delle scelte politiche effettuate dal Governo nel sostenere alcune delle organizzazioni. Oltre ad enti pubblici, centri universitari e associazioni di categoria, alcuni membri dell'OCI sono infatti non-profit, nate su impulso pubblico oppure dalla società civile e successivamente supportate e finanziate dal Governo per lo svolgimento di funzioni attinenti la governance del comparto. Alcune di esse offrono competenze specifiche per supportare professionisti e imprese creative in tutti i principali aspetti, operativi e legali, relativi al comparto: cluster e cooperazione, internazionalizzazione, compenso equo e tutela delle professioni creative, imprenditorialità, infrastrutture, finanza e fiscalità, fungendo da raccordo tra le necessità definite dal settore e le proposte e le azioni del Governo.

A livello istituzionale è stato inoltre siglato a maggio 2013 un protocollo di cooperazione tra l'Agenzia per l'Imprenditorialità (*Agentschap Ondernemen*), la società indipendente di partecipazioni

regionale PMV e il Ministero della Cultura, con lo scopo di ricalibrare alcuni strumenti a sostegno del comparto e le ICC.

### **Strumenti a sostegno delle ICC**

Il panorama pubblico e para-pubblico delle Fiandre propone altri strumenti che si attagliano alle esigenze tipiche dei soggetti del comparto ICC, con particolare riguardo per le difficoltà di accesso al credito. I principali sono:

#### ***Cultuurinvest***

Fondo creato nel 2006 dalla società di partecipazioni regionale PMV per sostenere investimenti specificamente nelle ICC. Consiste di un programma che mette a disposizione dei progetti creativi: supporto finanziario, attraverso partecipazione al capitale o prestiti subordinati e attività di coaching e di consulenza.

Si rivolge a soggetti operanti nei settori culturali e creativi: audiovisivi, arti visive, design, videogiochi, stampa, moda, musica, nuovi media, arti dello spettacolo, beni culturali, architettura, pubblicità e comunicazione, sia for profit che non-for-profit (non sono ammessi i privati) localizzati nella Regione o a Bruxelles. Interviene con finanziamenti o partecipazioni in progetti attinenti che risultano finanziati per almeno il 30% da privati. La scala dell'intervento varia a seconda delle necessità (mediamente tra i 30 000 euro e 1 milione di euro).

- Numero degli investimenti sostenuti dal lancio: circa 70
- Importo totale impegnato: circa 11,5 milioni di euro
- Numero attuale di imprese attive: 29

Nel 2010, per affinare il funzionamento dello strumento, è stata realizzata dal Governo (Dipartimento Cultura, Gioventù, Sport e Media) una valutazione estensiva del programma, focalizzata sugli aspetti finanziari e sul funzionamento dei meccanismi di accesso al sostegno. Parte integrante della valutazione è un sondaggio, realizzato da una società esterna, relativo alla percezione di *Cultuurinvest* da parte delle aziende del settore creativo.

La relazione finale<sup>50</sup> ha messo in luce, nell'ambito di una complessiva valutazione positiva circa gli aspetti tecnici e finanziari, i principali punti di debolezza del programma (tempi dell'istruttoria, chiarezza dei criteri di ammissione, trasparenza nelle motivazioni delle decisioni di non ammissione) e ha costituito la base per la riformulazione dello schema in vigore dal 2011. Il programma nella sua nuova formulazione è tuttora il principale strumento regionale a supporto delle ICC, al quale si affiancano altri strumenti genericamente rivolti a favorire la nascita di nuove aziende (vedi box 11).

#### ***Prestito “Win win” (Winwinlening)***

Con decreto del 2006 e successive modificazioni, il Governo ha previsto un credito d'imposta per i privati o le aziende che prestano capitale di rischio alle imprese (individuali o meno) di piccole dimensioni (non necessariamente operante nelle ICC) a condizioni agevolate previste per legge. La Regione si fa inoltre garante, entro limiti specificati nel decreto, in caso di default da parte dell'impresa finanziata.

<sup>50</sup> Il documento è disponibile al seguente link <http://ebl.vlaanderen.be/publications/documents/47457>

### ***Schema di garanzia (Waarborgregeling)***

Il Governo, attraverso la società di partecipazioni PNV, si fa garante presso le istituzioni finanziarie che aderiscono allo Schema di Garanzia, di prestiti, contratti di *leasing* e prestiti ponte a PMI e professionisti.

### **Processi di innovazione e iniziative intersettoriali: i partenariati creativi**

I settori culturali e creativi sono ampiamente riconosciuti nelle Fiandre come un importante catalizzatore per l'innovazione e la creatività, idonei a generare ricadute sui settori dell'economia tradizionale. Tale impatto è esemplificato in modo particolarmente evidente dalle partnership creative: forme di collaborazione intersettoriali tra artisti, creativi e centri culturali che si interfacciano con operatori di altri settori tradizionali attraverso l'uso della creatività, delle competenze culturali e/o delle capacità artistiche. L'obiettivo è la realizzazione di soluzioni vincenti per tutte le parti coinvolte. La tipologia dei partenariati è ampia e può abbracciare diverse configurazioni di attori e di ambiti di applicazione, creando collaborazioni tra cultura e istruzione, cultura e imprese, cultura e salute.

Le Fiandre si richiamano esplicitamente al quadro delineato dalla UE in materia di partenariati creativi e alle politiche/prassi per favorirli (UE, 2014).

Nel 2013 il Ministro della Cultura ha commissionato uno studio a campione che mettesse in luce le criticità e gli ostacoli alle collaborazioni tra artisti e aziende. I risultati mostrano che nonostante l'iniziale scetticismo delle aziende dovuto alle difficoltà nella misurazione dei risultati, specialmente a breve termine, e degli artisti, per il carattere spesso percepito come eccessivamente commerciale delle attività oggetto di partenariato, tra i casi censiti si riscontrano numerose esperienze di successo. Le indicazioni di policy emerse dal rapporto pongono l'accento sulla necessità di creare condizioni di contesto favorevoli alla creazione di partenariati. Tra queste: informazione e comunicazione tramite canali opportuni, preferibilmente già esistenti e consolidati piuttosto che appositamente creati, ai soggetti potenzialmente interessati; norme chiare e procedure contrattuali standardizzate; utilizzo di intermediari specializzati; diffusione dei casi di successo già realizzati; strumenti finanziari specifici.

Coerentemente con questo quadro sono state promosse dal Governo alcune iniziative che si aggiungono agli strumenti già in opera a sostegno dei partenariati creativi. Si deve inoltre sottolineare che a partire dal 2016, con l'entrata in vigore delle disposizioni del nuovo "Decreto Arti" (titolo V - Sezione 2. Progetti in partenariato) sarà possibile per i partenariati creativi accedere ai finanziamenti previsti dal Decreto.

**Box 2. Strumenti a supporto dei partenariati creativi*****Call voor Innovatie met de Creatieve Industrieën (CICI) (2013 e 2014)***

Il bando pubblico, lanciato da IWT (Agenzia per l'Innovazione) e promosso da Flanders DC, è volto a raccogliere progetti nati nell'ambito di partnership tra operatori delle ICC (tutti i settori) e altri soggetti (principalmente centri di ricerca, culturali e/o aziende, di cui almeno uno con personalità giuridica) da co-finanziare con importi fino a 50.000 euro. Ammette progetti basati sull'imprenditorialità innovativa attraverso la contaminazione incrociata tra creativi, scienziati e imprenditori. A titolo di esempio sono stati ammessi al co-finanziamento, tra gli altri (circa 40), i seguenti progetti:

- Foodpairing – abbinamenti gastronomici attraverso un'interfaccia per programmi applicativi (API). L'applicazione ha prodotto un'attività commerciale on-line, destinata al pubblico e al settore della ristorazione. Partner: Foodpairing (azienda); Boondoggle (società di analisti e sviluppatori web)
- Bio Matrix – progetto che ha realizzato una mappatura dei geni resistenti ai virus persi nei processi di pollicoltura industriale. Partner: Koen Vanmechelen (Visual Artist), Istituto Fiammingo per la biotecnologia.
- Dress code – progetto che ha realizzato un prototipo di abito con immagini in movimento. Partner: Lux Lumen (azienda), Facoltà di Ingegneria e Architettura dell'Università di Gent.

***Art&D (Art & Development)***

Promosso da iMinds, centro di ricerca digitale fiamminga e incubatore di imprese fondato nel 2004 dal Governo fiammingo, il bando finanzia collaborazioni tra ricercatori, scienziati, artisti per la realizzazione di progetti legati alle tecnologie digitali.

***Organizzazione “Fabbrica di Innovazione Sociale” (Sociale Innovatie Fabriek)***

Costituita con il sostegno dell'Agenzia per l'Innovazione (IWT), si occupa di fornire consulenza e supporto, anche relativo all'orientamento sul reperimento di risorse finanziarie, legate all'innovazione sociale, spiccatamente in regime di partenariato.

**ICC, un comparto articolato con diversi gradi di sviluppo**

L'analisi svolta dal 2010 in poi per valutare l'impatto economico delle ICC nelle Fiandre ha consentito di operare delle distinzioni interne al comparto e di apprezzare il peso relativo dei 12 settori di cui le ICC si compongono. Le cifre del 2010, che costituiscono la base dati dell'ultimo studio disponibile (Schrauwen, J. et al, 2014), mostrano che le distribuzioni del fatturato e del valore aggiunto sono tutt'altro che uniformi, passando dai picchi raggiunti dal settore della moda (che pesa rispettivamente circa il 38% e il 28%) al peso poco più che marginale del settore dei videogiochi (circa 1% e 0,5%).

È necessario precisare che il quadro risente sensibilmente della metodologia utilizzata per calcolare le grandezze in esame. Ai fini di questa panoramica si è proposta, tra le due letture comunemente utilizzate nello studio, quella che presenta un confronto settoriale “top – down” basato sulla nomenclatura NACE-BEL, particolarmente indicata in sede comparativa (anche internazionale) ma non sempre idonea a rappresentare tutti gli aspetti della filiera produttiva delle ICC: in diversi casi non esiste infatti un codice NACE-BEL per determinate attività, mentre in altri singoli codici abbracciano attività distribuite tra fasi e soggetti distinti lungo la catena del valore. Queste premesse metodologiche implicano, a titolo di esempio, le seguenti considerazioni:

- la distinzione effettuata nell'attribuire alcune attività all'ambito della stampa o degli audiovisivi piuttosto che dei nuovi media è, per sua natura, arbitraria e soggetta all'evoluzione della tecnologia. Qui, onde evitare rischi di duplicazione, la categoria nuovi media è compresa nelle categorie cui appartiene ciascun prodotto (v. tab. 18);
- le voci relative alle attività legate al patrimonio sono escluse per mancanza di disponibilità di dati coerenti con gli altri settori;
- alcune filiere (come la moda) sono composte da un numero significativamente maggiore di sub-settori secondo la classificazione NACE: i picchi registrati in fatturato e valore aggiunto rispecchiano sia lo sviluppo del settore che la maggiore integrazione rispetto a filiere più corte.

Al di là delle premesse e degli aspetti metodologici, si può comunque affermare che all'interno delle ICC fiamminghe spicca, in termini di valore economico relativo, la filiera della moda con oltre un terzo del fatturato totale, seguita con valori attorno al 10% del fatturato dai settori degli audiovisivi, della stampa libraria e della pubblicità e comunicazione.

**Tabella 9. Peso economico delle industrie creative**

| Settore                    | % occupati  | % fatturato | % valore aggiunto |
|----------------------------|-------------|-------------|-------------------|
| Architettura               | 12,91%      | 6,71%       | 9,65%             |
| Audiovisivi                | 8,08%       | 9,50%       | 12,32%            |
| Arti visive                | 2,51%       | 1,69%       | 1,91%             |
| Design                     | 4,65%       | 2,22%       | 2,92%             |
| Gaming                     | 0,30%       | 0,96%       | 0,48%             |
| Stampa (media + libri)     | 16,31%      | 17,45%      | 17,61%            |
| Moda                       | 27,77%      | 37,87%      | 28,04%            |
| Musica                     | 9,91%       | 6,66%       | 10,03%            |
| Spettacolo                 | 8,43%       | 5,87%       | 6,82%             |
| Pubblicità e comunicazione | 9,14%       | 11,16%      | 10,22%            |
| <b>Totale ICC</b>          | <b>100%</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b>       |

Fonte: elaborazione su dati Flanders DC - Antwerp Management School<sup>51</sup>.

Più interessanti rispetto ai valori assoluti risultano le tendenze: secondo le analisi disponibili il periodo 2008-2010, che ha coinciso con l'inizio dell'attuale crisi economico-finanziaria, vede la crescita in termini di addetti nei soli settori delle belle arti, del design e della moda (in questo ultimo settore solo tra i lavoratori dipendenti). Negli altri settori, con l'eccezione di quello della musica, in cui aumentano i lavoratori autonomi, e dell'architettura, che rimane sostanzialmente stabile, l'occupazione si contrae.

<sup>51</sup> I settori riportati sono 10 e non 12 in quanto i dati sul settore "Nuovi Media" sono accorpati ad altri settori (audiovisivi, media, ecc) e i dati sul settore "Patrimonio" sono stimati su fonti non omogenee e lo studio non li include nel computo.

La dinamica occupazionale, d'altra parte, non rispecchia totalmente quella economica e quella legata al numero di aziende. Su questi fronti, infatti, sono in aumento architettura, audiovisivi, belle arti, design, moda, mentre i restanti settori sono stazionari o in lieve calo, a segnalare il fatto che sono in corso assestamenti (in diversi casi concentrazioni) e razionalizzazioni in corrispondenza delle mutate condizioni di mercato.

A livello complessivo, l'allargamento del mercato con l'ingresso di nuovi attori e la contrazione di alcuni settori, tutto sommato principalmente riscontrata in quelli tecnologicamente più esposti all'evoluzione digitale (media, comunicazione) fanno concludere che i settori creativi mantengono un vasto potenziale di crescita nell'ambito dell'imprenditoria delle Fiandre. Le indicazioni estratte dallo studio indicano che sarebbe necessario approfondire l'analisi in termini di singole catene del valore per meglio affrontare le specificità di ciascun settore, specialmente quelli più maturi.

Le analisi condotte finora non hanno tuttavia portato alla formulazione di politiche settoriali riguardanti specifiche catene del valore in uno o più settori delle ICC. La strategia del Governo, nonostante alcuni studi di approfondimento settoriale (sul settore musicale; sulle arti; sull'industria libraria i più recenti) siano stati commissionati, ha finora privilegiato il ricorso a strumenti generali, fruibili da attori operanti in tutti i campi coperti dalle ICC (accesso a finanziamento per partnership creative, strumenti finanziari, bandi di concorso, orientamento, eccetera). Fanno eccezione le misure a sostegno del settore audiovisivo (detassazione degli utili) e i fondi dedicati a specifiche categorie creative, che non sono stati compresi in questa panoramica poiché preesistenti alle politiche a favore delle ICC in quanto tali.

### **Presenza delle ICC nei documenti di programmazione**

Come ricordato, le ICC sono esplicitamente oggetto di documenti politici del Governo fiammingo a partire almeno dal 2010 (a partire dalla Visienota Creatieve Industrieën in Vlaanderen) anche se già il decennio precedente aveva visto l'impegno pubblico nei settori delle ICC attraverso l'istituzione di strumenti per il loro sostegno (Cultuurinvest risale al 2006).

I principali riferimenti allo sviluppo delle ICC dopo l'insediamento del nuovo Governo (metà 2014) sono prevalentemente di indirizzo politico, più che, per il momento, di programmazione. I riferimenti principali si trovano nella Note Politiche 2014-2019 del Ministro alla Cultura, ai Media, alla Gioventù e ai Rapporti con Bruxelles (Beleidsnota Cultuur 2014-2019; Beleidsnota Media 2014-2019).

### Box 3. Valutazione degli investimenti: l'esperienza di Cultuurinvest

Il caso più significativo di valutazione di uno strumento di investimento nelle ICC reperito nelle Fiandre è il dossier di valutazione di Cultuurinvest, il fondo dedicato agli investimenti in partecipazione o al prestito agevolato specificamente dedicato alle ICC attivo dal 2006 con una dotazione di 21,5 milioni di euro. Il regolamento del fondo prevedeva una valutazione nel 2010 per eventuali modifiche migliorative dei meccanismi di funzionamento. Tale valutazione, realizzata dal Dipartimento Cultura, Gioventù, Sport e Media (CJSM) del Governo fiammingo, si compone di valutazioni differenti a cura di PMV (la società finanziaria che gestisce Cultuurinvest: valutazione finanziaria e del rischio) e di società esterne (valutazione profili candidati e valutazione del servizio da parte dei fruitori). Essa tiene esplicitamente conto della compresenza di due esigenze: ottimizzare la gestione finanziaria del fondo e degli strumenti che esso mette a disposizione delle ICC (capitale di rischio e prestiti subordinati) e garantire che esso risulti un efficace strumento di promozione per il settore, mantenendo una prospettiva di lungo periodo che nel breve-medio potrebbe non vedere come prioritaria l'ottimizzazione finanziaria.

#### Dati finanziari

Dal 2006 al 2010 il fondo ha investito 7 498 592 euro, ripartiti per il 30% in partecipazione al capitale e per il 70% in prestiti subordinati. Il settore che ha assorbito più risorse è quello della moda, cui è stato destinato il 26% degli impegni fino al 2010 ripartendoli in egual misura tra capitale e prestiti. Seguono i settori musicale (31%) e dei media e multimedia (13%), confermando il maggiore potenziale di crescita e la maggiore familiarità degli operatori di questi settori con il ricorso a strumenti finanziari strutturati.

#### Valutazione delle attività

A fronte delle 375 domande presentate e dei 49 progetti finanziati tra 2007 e 2010 (attualmente divenuti 70), 9 si sono risolti in perdite per 1,6 milioni di euro a causa di mancati rimborsi di prestiti e di fallimenti. La valutazione ha evidenziato che la dotazione del fondo, di cui circa la metà era stata conferita con l'accensione di un prestito obbligazionario (quindi oneroso), era eccessiva per il volume dei finanziamenti erogati mediamente in un anno. Questo anche a causa del profilo di una rilevante parte dei progetti candidati che, secondo un'indagine esterna condotta per Cultuurinvest in quegli anni, rientrava nel profilo "artista o sognatore": ovvero dotato di un'idea di business creativo potenzialmente redditizio ma privo di un business plan efficace.

#### Valutazione del rischio

Sulla base dei normali parametri utilizzati dalla finanziaria PMV per analizzare i propri prodotti, Cultuurinvest si è assestato su un profilo di rischio coerente con la media degli altri prodotti.

#### Valutazione del servizio da parte dei fruitori

Il sondaggio, realizzato da una società esterna per conto del Dipartimento CJSM, ha evidenziato che da parte dei fruitori Cultuurinvest è apprezzato per il ruolo di partner finanziario (altrimenti assente nelle ICC), per la chiarezza della fase di istruttoria, per la capacità di interazione nella fase di presentazione del business plan. Il programma è percepito invece negativamente, prevalentemente per le non chiare condizioni alle quali l'investimento è accordato, per la maggiore attenzione alla fattibilità rispetto all'innovatività, per la comunicazione non tempestiva e non trasparente, per la scarsa chiarezza dei principi in base ai quali le proposte vengono accettate o meno.

#### Modifiche post - valutazione

In seguito al processo di valutazione, il funzionamento del fondo, basato su una convenzione tra il Governo (CJSM) e PMV, è stato modificato e reso più coerente con il mandato per il quale è stato costituito. Le modifiche hanno comportato: l'aumento del limite all'ammontare prestatato (inizialmente non interessante per aziende medie e grandi); l'affiancamento delle prestazioni con coaching qualificato; la prassi dell'affiancamento ad altri strumenti (non necessariamente di PMV) e il networking con le altre agenzie governative competenti alla promozione del business (es. Agenzia per l'Imprenditorialità, Ente per la promozione internazionale).

## L'economia turistica del Belgio

Nel 2014 il Belgio ha registrato 7,9 milioni di visitatori stranieri, di cui 4 milioni nelle Fiandre, 2,9 in Vallonia, e 2,7 nella città di Bruxelles. Il numero di turisti stranieri in Belgio nel 2014 è aumentato del 3,8% rispetto al 2013, con arrivi prevalentemente da Paesi Bassi, Gran Bretagna, Germania e Francia. Il turismo interno del paese invece ha totalizzato oltre 6,9 milioni di visite. È stato stimato che nelle Fiandre nel 2010 lavoravano nel settore del turismo ricreativo 115 000 dipendenti e 29 000 liberi professionisti. Lo stesso anno a Bruxelles il settore dava occupazione a 38 000 persone e 2 750 lavoratori autonomi, mentre in Vallonia il numero di dipendenti era di 60 000.

Il centro di ricerca del Governo fiammingo ha sviluppato un Conto Satellite per il Turismo (TSA) regionale con dati di riferimento agli anni 2008 e 2010. Il TSA mostra i dati sui consumi turistici interni, l'offerta interna e i tassi d'occupazione nel settore. Al momento si sta lavorando per la creazione di un TSA anche per la regione di Bruxelles. L'intenzione è quella di creare aggiornamenti limitati su base annuale, e un aggiornamento più completo ogni tre anni.

Dai dati emerge che nel 2010 il valore aggiunto lordo delle industrie turistiche nelle Fiandre ammontavano a 8.9 miliardi di euro, pari al 4.8% del valore aggiunto totale della regione. Nella Regione di Bruxelles il valore aggiunto delle industrie turistiche ammontava a 3.3 miliardi di euro, il 5.6% del valore aggiunto totale della regione.

## Governance e organizzazione turistica nelle Fiandre

Nelle Fiandre il turismo è competenza non della Comunità ma della Regione e fa parte dell'area di competenza degli affari internazionali. Tuttavia, le comunità hanno mantenuto le competenze nella regione di Bruxelles nel campo della promozione e degli investimenti nelle infrastrutture turistiche.

La strategia viene determinata dal Governo fiammingo, con il supporto di un Consiglio Politico. La Riforma Interna di Stato del 2011 definisce le nuove competenze delle province in campo turistico. Questa prevede che le province possano sviluppare iniziative turistiche con l'eccezione delle seguenti aree: pianificazione, ricerca e raccolta dati; marketing e linee di prodotti; servizi di ricezione turistica internazionale e marketing internazionale.

Il Ministro del Turismo (competente nel nuovo Governo anche su Mobilità, Lavori Pubblici, Vlaamse Rand e al Benessere Animale) si avvale di un comitato consultivo (SARiV - Strategische Adviesraad Internationaal Vlaanderen) e attraverso l'agenzia *Visitflanders* (Toerisme Vlaanderen) implementa le politiche di promozione del turismo.

Nel mandato della *Visitflanders* rientrano: la promozione del turismo residenziale, del turismo di breve durata di cittadini belgi nelle Fiandre e a Bruxelles; la promozione delle Fiandre come destinazione turistica all'estero; il sostegno all'industria turistica e la promozione della qualità del prodotto turistico; la raccolta e la diffusione presso gli operatori del turismo fiamminghi delle conoscenze settoriali e la promozione dell'accessibilità.

L'agenzia si articola in una sede centrale a Bruxelles e in una rete estera composta di uffici nei mercati target (attualmente Paesi Bassi, Francia, Germania, Regno Unito e Irlanda, Stati Uniti e Canada, Australia e Nuova Zelanda, Austria, Spagna, Italia, Danimarca, Svezia, Giappone, Cina, India, Russia). I seguenti casi studio presentano alcune competenze e attività legate alla definizione delle Fiandre come destinazione di qualità all'estero e al ruolo del patrimonio culturale nella promozione turistica sui mercati esteri.

#### **Box 4. Promozione internazionale attraverso la mostra collettiva di arte contemporanea TRACK (Gent, 2012)**

La città di Gent<sup>52</sup>, nota al pubblico internazionale per il patrimonio storico, architettonico e artistico ha ospitato da maggio a settembre 2012 un'iniziativa collettiva di arte contemporanea (TRACK) per portare progetti artistici contemporanei nel tessuto cittadino. Oltre 40 artisti internazionali hanno costruito un percorso tematico installando i propri lavori nei sei quartieri considerati iconici nel panorama urbano di Gent, invitando residenti e visitatori alla scoperta di aspetti inediti dell'identità culturale locale.

L'iniziativa, promossa dal Museo Municipale di Arte Contemporanea di Gent (SMAK) in collaborazione con il Comune di Gent e il sostegno della Provincia delle Fiandre Occidentali e della Lotteria Nazionale, è stata sostenuta con risorse afferenti a quattro ministeri, tra cui quello del turismo. L'agenzia per il turismo, Visitflanders, ha gestito la promozione internazionale attraverso la propria rete di uffici all'estero.

Le azioni di promozione hanno utilizzato l'iniziativa artistica TRACK sia come oggetto principale di una visita sia come pretesto per scoprire Gent e le Fiandre, anche in combinazione con analoghe e simultanee iniziative di respiro internazionale nel circuito Visual Arts Flanders e distribuite sul territorio (Anversa, zona costiera e altre aree regionali).

La valutazione ex post del progetto ha preso in esame le dinamiche di cooperazione tra i soggetti istituzionali coinvolti e i risultati intermedi per categoria di interlocutore: operatori del settore turistico (accordi commerciali, comunicazione e campagne promozionali sui media settoriali, eccetera), media (attività di ufficio stampa inclusi viaggi in loco; campagne pubblicitarie; rassegna degli articoli generati) e pubblico (campagne promo-pubblicitarie, conversazioni sui social, eccetera).

<sup>52</sup> Città natale di Carlo V, ospita il capolavoro di Jan e Hubert Van Eyck, l'Adorazione dell'Agnello Mistico,

### Box 5. Mostre internazionali come strumento di promozione turistica, il caso Italia (2012-2015)

Il mercato italiano si dimostra stabilmente interessato alla ricchezza del patrimonio culturale fiammingo, legato al proprio da relazioni storiche e artistiche. Alcune mostre dedicate all'arte fiamminga in Italia, pur non vedendo il coinvolgimento diretto delle istituzioni governative fiamminghe, sono state il contesto di azioni istituzionali rivolte ai media e ai social network, agli operatori professionali del turismo e al pubblico.

La modalità di partecipazione di Visitflanders consiste in questi casi nella promozione di accordi di partenariato locale con gli organizzatori, pubblici e privati, delle mostre (a Como, *La Dinastia Brueghel*, 2012; a Roma, *Brueghel. Meraviglie dell'arte fiamminga*, 2012-2013; *Memling. Rinascimento fiammingo*, 2014-2015). Gli accordi di partenariato vengono disegnati ampliando lo schema tipico del contratto di sponsorizzazione attraverso l'inclusione delle attività istituzionali di Visitflanders. L'Ente del Turismo delle Fiandre eroga secondo questo schema pacchetti di servizi che promuovono la mostra attraverso canali complementari a quelli presidiati dagli organizzatori: pubblico interessato a temi culturali legati alle Fiandre, community e media e specializzati sul turismo, operatori turistici operanti sia in termini di attrattività (incoming) sia in termini di internazionalizzazione del patrimonio culturale fiammingo (outgoing).

Se la definizione delle azioni specifiche varia, caso per caso, in relazione ai contenuti della mostra o agli aspetti del prodotto culturale-turistico, l'elemento critico di successo consiste nella capacità di coniugare l'interesse pubblico con quello dei promotori e degli organizzatori. Declinazioni di questo fattore determinante sono, tra le altre: la proposta e promozione di pacchetti turistici che abbinano la visita alla mostra con un soggiorno nei luoghi che ne esprimono il contesto culturale; il coinvolgimento delle istituzioni culturali fiamminghe e dei loro rappresentanti (prestatori e/o curatori) nella preparazione di materiale di promozione turistica; l'organizzazione di eventi culturali e sociali legati ai temi della mostra e alla destinazione; azioni di comunicazione congiunta e cross-marketing.

### Box 6. Storytelling: Alden Biesen International Storytelling Festival 2014

Il Festival dello storytelling di Alden Biesen è organizzato dal Landcommanderij Alden Biesen (Alden Biesen Storytelling Castle), il centro culturale statale, parte del Ministero della Cultura, dell'Arte e dei Beni Culturali del Governo fiammingo. Rappresenta l'evento di storytelling più grande d'Europa e si svolge lungo nove giornate con le esibizioni di cantastorie belgi, tedeschi, francesi, inglesi. Durante la settimana il programma prevede performance e workshop per ragazzi e adulti, mentre nel fine settimana vengono organizzate attività per famiglie e adulti con story walks, serate di storytelling multilingua, aperitivi. Una parte della domenica pomeriggio include anche esibizioni di teatro di strada e musica dal vivo.

Il centro culturale e le sue attività si stanno espandendo e sviluppando in un centro europeo dello storytelling, con l'organizzazione di workshop internazionali, attività di networking e a supporto dell'educazione. Il centro inoltre è membro del Comitato della Federazione Europea dello Storytelling (FEST). Insieme ad altri otto partner internazionali in Francia, Belgio, Austria, Irlanda, Bulgaria, Gran Bretagna, Svezia e Norvegia fa parte del Consorzio Sheherazade, che porta avanti l'idea dello storytelling come strumento pedagogico nell'educazione formale e informale degli adulti.

Il Festival si è svolto per la 15° edizione lo scorso aprile 2014, nel castello di Bilzen, nella provincia di Limburg, nelle Fiandre.

Il patrimonio culturale è uno dei principali temi (productlijnen, linee di prodotto) utilizzati nella promozione delle Fiandre insieme ai prodotti turistici legati alla cultura gastronomica e birraria, alle eccellenze nella moda-design, alla cultura ciclistica. Una delle articolazioni interne della struttura di Visitflanders è dedicata a tali linee di prodotto; un team per ciascun prodotto funge da centro di

raccolta e diffusione bidirezionale, tra la sede centrale e la rete di uffici esteri, delle informazioni e degli stimoli per le azioni di promozione i sui mercati target.

Nel 2010 il Ministro fiammingo per il Turismo ha approvato la riorganizzazione di *VisitFlanders*, un processo che si è ormai concluso e che ha implicato alcuni maggiori cambiamenti:

- *VisitFlanders* funge ora da centro per la conoscenza e l'innovazione. Raccoglie informazioni e conoscenza rilevanti sulle tematiche del turismo e le traduce in pratica nel lavoro di imprenditori e governi, per stimolare l'innovazione.
- Le Fiandre vengono promosse sulla base di una visione strategica, tenendo in considerazione i bisogni del settore, l'evoluzione dei mercati e l'evoluzione del marketing dei luoghi. Il "lavoro artigianale d'avanguardia" detiene un ruolo centrale nel branding della regione.
- Tutti gli strumenti a supporto dell'industria turistica (inclusi i sussidi e i meccanismi di supporto finanziario) sono raggruppati nell'Ufficio del Turismo.
- I compiti di emissione di licenze per le agenzie di viaggio e le strutture ricettive per turisti, la classificazione e l'implementazione delle regolamentazioni sono stati spostati nelle mani del Dipartimento Fiammingo per gli Affari Esteri.
- *VisitFlanders* ha integrato i suoi servizi di supporto (contabilità, gestione del personale, logistica, ICT) nell'organizzazione di supporto al management MOD DAR-iV del Governo fiammingo.
- Le banche dati del *Flemish Support Centre for Tourism and Recreation* sono state trasferite a *VisitFlanders*.

## Vallonia

La Vallonia è stata una delle principali protagoniste della rivoluzione industriale grazie ai suoi cospicui depositi di carbone e ferro. Con il declino dell'industria pesante, è iniziato un periodo di profonda crisi per la regione che sta ancora cercando di sviluppare un sistema economico alternativo, puntando sulla creatività e il capitale umano. Nelle pagine seguenti esporremo brevemente il profilo socio-economico della Vallonia per poi focalizzarci sulle principali iniziative avviate dal Governo al fine di sviluppare una nuova politica industriale che vuole fare della creatività elemento di rinnovamento dell'intera industria regionale.

### Il declino dell'industria mineraria e l'ascesa delle conoscenze

La Vallonia è una delle tre regioni del Belgio ed è stata per diversi decenni sede di un'industria mineraria molto florida, che ha dato lavoro a migliaia di operai tra cui molti italiani. A fine '800 il Belgio era una delle cinque potenze mondiali proprio grazie all'effetto trainante dell'industria vallone.

Con la crisi dell'industria pesante avviatasi a partire dalla fine della seconda guerra mondiale, la Vallonia vede la chiusura di numerosi stabilimenti industriali (alcuni dei quali sono diventati parte integrante del patrimonio culturale regionale – come il museo di arte contemporanea, Grand Hornu, ospitato in una ex-miniera) e un incremento repentino della disoccupazione. Tuttavia, la disoccupazione nella regione resta molto alta (circa il 10%).

Il Governo regionale si è presto reso conto della necessità di modernizzare il sistema economico, anche alla luce delle trasformazioni socio-economiche degli ultimi decenni, che hanno portato ad una costante crescita della concorrenza sui mercati internazionali e al passaggio a un sistema economico che valorizza principalmente il capitale umano, i profili altamente specializzati, l'ingegno e la creatività. Se l'innovazione tecnologica ben rispondeva al bisogno di aumentare la produttività, nel secolo attuale l'innovazione deve soprattutto contribuire a produrre meglio al fine di rispondere a bisogni sempre più sofisticati<sup>53</sup> e a sfide sempre più complesse (dalla sostenibilità ambientale all'invecchiamento della popolazione). La competizione si gioca sempre di più sulla qualità che sulla quantità. La funzionalità dei prodotti e servizi, da sola, non è più sufficiente e maggiore attenzione viene richiesta sul piano dell'estetica, dell'immagine o della dimensione simbolica ed esperienziale quale fonte di valore aggiunto e di differenziazione sul mercato.

### **Le politiche per le ICC nell'ambito di una rinnovata politica industriale**

Lo sviluppo di una nuova politica industriale è stata la prima priorità del piano strategico di sviluppo regionale noto come Piano Marshall 1 (2006-2009). Essa è stata perseguita attraverso il rafforzamento delle sinergie tra tutti gli stakeholder interessati e la loro messa in rete attraverso due politiche complementari: la politica dei poli di competitività e la politica dei cluster. La stessa priorità resta al centro del Piano Marshall 2 (Plan Marshall 2, vert 2010-2014), del Piano Marshall 2022, recentemente avviato dal Governo in una prospettiva di lungo termine, nonché della strategia regionale di specializzazione intelligente appena approvata dalla regione nell'ambito della nuova programmazione dei fondi strutturali 2014-2020.

Se la nuova politica industriale tocca indistintamente tutti i settori di attività regionali, le politiche per la creatività e le ICC nascono quale ambito di specializzazione delle generali politiche industriali in risposta ad un preciso bisogno di innovazione che non può più essere solo di tipo tecnologico.

L'investimento in creatività diventa così una delle priorità Piano Marshall 2 e di tutti i piani strategici successivi, ossia il Piano Marshall 2022 (che mira a sostenere la creatività ma anche le ICC) nonché la strategia di specializzazione intelligente.

### ***Il programma quadro regionale "Vallonia Creativa"***

Nonostante il Governo regionale sostenga da tempo l'industria culturale vallone con alcune misure mirate (per esempio nel settore cinematografico<sup>54</sup>), le politiche industriali per la creatività sono piuttosto recenti e sono state ufficializzate con il lancio di Vallonia Creativa (Creative Wallonia), un programma quadro avviato dal Piano Marshall 2 nel 2011 quale risultato di un processo di riflessione regionale sulle vie da percorrere per promuovere lo sviluppo della regione.

Posto sotto la responsabilità del Ministro Vallone dell'Economia, dell'Industria, dell'Innovazione e del Digitale e gestita dalla Direzione DGO6 – Economia, Lavoro e Ricerca, il programma dispone di un budget<sup>55</sup> medio di otto milioni di euro all'anno. La finalità è quella di porre l'innovazione (con una

<sup>53</sup> Vedi "Maslow, A. (1987). Motivation and Personality" a proposito della nuova "piramide" dei bisogni (fisiologici, di sicurezza, di appartenenza, di stima e di autorealizzazione).

<sup>54</sup> Si pensi al Fondo di investimento per il cinema *Wallimage Coproductions* (prima *Sowalim*) creato nel 2001 ([http://www.wallimage.be/faq\\_entreprises.php?lang=fr](http://www.wallimage.be/faq_entreprises.php?lang=fr)) o al *tax shelter* per il cinema attivo sin dal 2004 (<http://www.taxshelter.be/>).

<sup>55</sup> Il programma è co-finanziato dai Fondi Strutturali. Per maggiori dettagli, si rimanda ad un ulteriore approfondimento del caso studio [http://www.rtb.be/info/belgique/detail\\_creative-wallonia-jean-claude-marcourt-veut-creer-les-conditions-favorables-pour-les-entreprises-innovantes?id=7970530](http://www.rtb.be/info/belgique/detail_creative-wallonia-jean-claude-marcourt-veut-creer-les-conditions-favorables-pour-les-entreprises-innovantes?id=7970530)

portata più ampia rispetto all'innovazione tecnologica) e la creatività al centro dell'economia e della società, abbattendo le tradizionali barriere tra i servizi amministrativi e promuovendo approcci collaborativi. La strategia sottostante è quella di stabilire una dinamica trasversale tra le parti regionali interessate (imprese e in particolare PMI, settore pubblico, pubblico in generale, gli istituti di istruzione) al fine di creare le basi per lo sviluppo di un'economia creativa.

### ***Definizione delle ICC valloni e azioni di Vallonia creativa***

La creazione del programma Vallonia Creativa ha posto il problema di una definizione del comparto sulla base della quale tarare le azioni previste. La perimetrazione delle ICC della regione prevede 11 settori che, a loro volta, contengono una serie di attività economiche identificate da un codice NACE a sei cifre. Le categorie comprendono i settori: pubblicità; architettura; design; musica, arti visive e dello spettacolo; editoria (libri, giornali, periodici); cinema, film, video, radio e tv; attività fotografiche; traduzione e interpretariato; patrimonio; proprietà intellettuale; software e videogiochi.

La Commissione Zenobe, composta da 33 attori del mondo economico, culturale, sociale e scientifico e creata su iniziativa del Ministro dell'Economia Jean-Claude Marcourt a fine 2008 per riflettere al “post-Piano Marshall”, ha identificato tre priorità interdisciplinari che sono state integrate nei tre assi di supporto di Vallonia Creativa:

- **Asse 1 – Promozione della società creativa**, che prevede una serie di azioni volte a favorire lo sviluppo di competenze creative in diversi contesti formativi (formali e informali), sin dalla più tenera età.
- **Asse 2 – Fertilizzazione delle pratiche innovative**, che include diverse azioni a supporto di pratiche innovative e collaborative in ambito imprenditoriale, a livello regionale ma anche internazionale, nonché la creazione di un osservatorio di nuove tendenze sul tema.
- **Asse 3 – Supporto alla produzione innovativa**, che comprende misure volte a facilitare il finanziamento e il marketing di prodotti e servizi innovativi.

La tabella seguente sintetizza le diverse tipologie di intervento e azioni supportate nell'ambito dei tre assi.

Tabella 10. Classificazione interventi Creative Wallonia

|               | Tipologia di intervento                                                                              | Principali Azioni                                                                                                                                                |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Asse 1</b> | Formazione alla creatività, sin dalla tenera età ed in ogni contesto educativo (formale e informale) | ID Campus – campus per la formazione di manager creativi                                                                                                         |
|               |                                                                                                      | Ecoles Numériques – a sostegno dei progetti pedagogici che utilizzano le nuove tecnologie (budget di 4 340 000 di euro <sup>56</sup> )                           |
|               |                                                                                                      | Wallonie, terre d'excellence numérique (MPTIC) – progetto di integrazione delle nuove tecnologie nel sistema educativo                                           |
|               |                                                                                                      | Semaine de la Créativité – giornate di promozione e sensibilizzazione alla creatività                                                                            |
|               |                                                                                                      | Creative people – bando di finanziamento per progetti creativi (35 000 euro per progetto)                                                                        |
| <b>Asse 2</b> | Promozione dell'innovazione e dello scambio di esperienze e di buone pratiche                        | Obs.- Osservatorio di tendenze e nuove pratiche                                                                                                                  |
|               |                                                                                                      | CoWallonia – spazi di coworking in Vallonia                                                                                                                      |
|               |                                                                                                      | SmartWork – spazi di lavoro decentralizzati, flessibili e attrezzati                                                                                             |
|               |                                                                                                      | Diagnostic Innovation – supporto alla realizzazione delle azioni del programma                                                                                   |
|               |                                                                                                      | Op/In – consulenza a supporto dell'innovazione nelle PMI                                                                                                         |
|               |                                                                                                      | NEST'up - spazio di co-working e acceleratore di imprese                                                                                                         |
|               |                                                                                                      | Global World of Creativity – da realizzare                                                                                                                       |
|               |                                                                                                      | PrixZenobe – premio all'innovazione                                                                                                                              |
| <b>Asse 3</b> | Sostegno alla produzione innovativa e la sua immissione sul mercato                                  | Boost-UP ICT – bando a supporto dello sviluppo internazionale di progetti ICT/multimedia                                                                         |
|               |                                                                                                      | Boost-UP C.rossmedia – bando a supporto della diffusione della produzione cinematografica attraverso nuovi canali                                                |
|               |                                                                                                      | Boost-UP IC Industries Créatives – bando a supporto del marketing di prodotti innovativi concepiti da o per imprese creative (40 000- 140 000 euro per progetto) |

Source: elaborazione propria

Le politiche regionali per la creatività si caratterizzano nel prossimo futuro per un significativo investimento di risorse pubbliche (tra cui i Fondi Strutturali) in un mix di misure, sia “hard” che “soft”, che hanno l’obiettivo di creare l’infrastruttura “fisica” e “immateriale” della società creativa di domani.

### ***Il progetto “Vallonia Distretto Creativo Europeo”***

Grazie alle attività avviate nell’ambito del programma *Vallonia Creativa*, a dicembre 2012, la Regione è stata nominata Distretto Creativo Europeo (WECD - Wallonia European Creative District) nell’ambito di un bando della Commissione Europea che si proponeva di selezionare due regioni in Europa che potessero fungere da riferimento su larga scala per le altre regioni. In particolare, il bando (che oltre alla Vallonia ha selezionato anche la Toscana su un totale di oltre quaranta domande giunte da tutta Europa) chiedeva alle regioni di dimostrare il ruolo che l’innovazione nei servizi e le ICC

<sup>56</sup> Questi bandi sono stati lanciati in via preliminare, in attesa dell’implementazione di un vasto piano di attrezzamento delle scuole, per il quale un budget di circa 70 000 000 euro su otto anni è stato appena approvato dal Governo vallone.

potessero svolgere nella trasformazione di una regione tradizionalmente industriale, al fine di aggiungere valore alla sua economia e rafforzare la propria posizione nelle catene globali del valore.

Attraverso questa iniziativa, di durata triennale (gennaio 2013 – luglio 2015) e con una dotazione complessiva pari a un milione di euro co-finanziata al 50% dalla Commissione europea, la Vallonia mira a posizionarsi come regione creativa a livello europeo, a sviluppare partnership trans-regionali in Vallonia e ad ampliare le opportunità di collaborazioni con il settore pubblico e privato, nonché di sviluppare il programma *Vallonia Creativa* tramite attività di benchmark e l'identificazione di buone pratiche.

Il programma di azioni si sviluppa lungo quattro assi tematici (apprendimento reciproco di politiche transnazionali, migliore sostegno alle imprese; migliore accesso al credito; agevolare le attività di cluster e networking) e comprende quindici azioni concrete. Alcune di queste, ritenute particolarmente interessanti, sono riportate nella seguente tabella<sup>57</sup>.

<sup>57</sup> Per una presentazione esaustiva delle azioni del progetto si rimanda al seguente link: <http://www.creativewallonia.be/projets/wallonia-european-creative-district/our-publications.htm?lng=en>

Tabella 11. Azioni del progetto WECD per asse (selezione)

| Assi del progetto WECD                                              | Azioni                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Asse 1 – Apprendimento reciproco di politiche transnazionali</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Analisi del ruolo delle ICC nelle catene del valore industriali della Vallonia, in particolare attraverso la misurazione delle interazioni delle ICC con altre industrie in termini di flussi di valore aggiunto.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Asse 2 – Migliore sostegno alle imprese</b>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Internazionalizzazione dei bandi “Boost up” con l’obiettivo di rafforzare le ICC della Vallonia e permettere una loro apertura all’internazionale.</li> <li>Integrazioni degli otto spazi di co-working appena inaugurati all’interno di un network europeo. Un’analisi di benchmark permetterà di identificare raccomandazioni, buone pratiche e casi studio di riferimento a livello europeo</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Asse 3 – Migliore accesso al credito</b>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Studiare e testare l’implementazione di uno schema di voucher per la creatività con l’obiettivo di incoraggiare l’industria tradizionale ad acquistare servizi e prodotti dal settore creativo<sup>58</sup>.</li> <li>Sviluppare specifici strumenti finanziari adatti alle specificità del settore culturale e creativo. L’obiettivo è in particolare quello di testare in Vallonia i diversi strumenti sviluppati nell’ambito del progetto europeo C-I Factor Project<sup>59</sup> della European Alliance for Creative Industries (ECIA) al fine di incoraggiare il settore privato ad investire nelle industrie culturali e creative. Un gruppo di esperti individuerà inoltre i sotto-settori delle ICC a cui il <i>tax shelter</i> attualmente esistente per il settore cinematografico potrebbe essere esteso.</li> </ul> |
| <b>Asse 4 – Agevolare le attività di cluster e networking</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sostenere l’accesso dei cluster valloni legati alle ICC al sistema di certificazione europeo. Due cluster valloni (Infopôle TIC e TWIST) hanno già ottenuto lo European Bronze Label.</li> <li>Sviluppare una filiera europea nel settore dei transmedia al fine di ridurre la frammentazione del mercato e facilitare l’integrazione degli attori della Vallonia in reti industriali internazionali.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

Attraverso tali azioni, il progetto ha dato alla Vallonia la possibilità di sviluppare specifiche politiche rivolte al settore culturale e creativo e alle sue interazioni con il resto dell’economia.

La governance del progetto è affidata ad un comitato direttivo composto dai principali attori regionali pubblici dell’innovazione; cinque istituzioni dei settori culturali e creativi, in collaborazione con i cluster TWIST (media) e *Infopôle TIC* (nuove tecnologie) in veste di partner associati, realizzano le iniziative previste dal programma, secondo un modello di gestione decentrata: si tratta della Direzione DGO6 – Economia, Lavoro e Ricerca del Servizio Pubblico Vallone (capofila del progetto), *Wallonie Design* (agenzia regionale di promozione del design), *St’Art Invest* (fondo di investimento regionale per l’economia creativa), l’*Agence Wallonne des Télécommunications* (AWT) e *ID campus* (iniziativa del governo vallone e dell’Università di Liegi per educare all’innovazione e alla creatività gli imprenditori di domani).

<sup>58</sup> Lo schema è stato avviato a giugno dello scorso anno: <http://www.creative-wallonia.be/actualites/~une-opportunit -de-collaborer-les-cheques-creativite.htm?lng=fr>

<sup>59</sup> <http://www.eciaplatform.eu/project/c-i-factor/>

## Riferimenti bibliografici

- AA.VV. (2009), “10 Jaar Cultuur – En Jeugdbeleid in Vlaanderen”, Acco (Academische Cooperatieve Vennootschap cvba).
- AA.VV. (2010), “Visienota. Creatieve industrieën in Vlaanderen”, Flanders District of Creativity Kenniscentrum.
- Baker Consulting, IDEA consulting (2014), “Analyse des liens entre l’industrie wallonne, les services à haute intensité de connaissances et les industries creatives et culturelles, dans une perspective de chaînes de valeur”, commissionato da Service Public de Wallonie – Direction de la politique économique – Département de la compétitivité et de l’innovation, [http://issuu.com/jcmarcourt/docs/rapport\\_final\\_20june2014logoeu/13?e=11858132/8614689](http://issuu.com/jcmarcourt/docs/rapport_final_20june2014logoeu/13?e=11858132/8614689)
- Bowen, H.P., W. Moesen, L. Sleuwaegen (2006), “A Composite Index of the Creative Economy”, Vlerick Leuven Gent Management School, Flanders District of Creativity Kenniscentrum.
- De Voldere, I., E. Janssens, J. Onkelinx, L. Sleuwaegen (2006), “The Creative Economy: Regional Benchmark”, Vlerick Leuven Gent Management School, Flanders District of Creativity Kenniscentrum.
- De Voldere, I., E. Janssens, J. Onkelinx, L. Sleuwaegen (2006), “The Creative Economy: Challenges and Opportunities for the DC Regions”, Vlerick Leuven Gent Management School, Flanders District of Creativity Kenniscentrum.
- De Voldere, I., T. Maenhout (2007), “3 Sectoren in de Vlaamse Creatieve Industrie”, Vlerick Leuven Gent Management School.
- Deloitte (2010), *Klantenbevraging bij Projecten van Cultuurinvest, Analyse van de Resultaten*.
- Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media (2010), “CultuurInvest. Evaluatie 2006-2010”, [www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/cultuurinvest-evaluatie-2006-2010-1](http://www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/cultuurinvest-evaluatie-2006-2010-1)
- Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media (2014), “5 Jaar Culturforum 2020 (2009-2014)”, [www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/5-jaar-cultuurforum-2020-2009-2014](http://www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/5-jaar-cultuurforum-2020-2009-2014)
- Guette A. et al. (2011), “Creative Industries in Flanders: Mapping and Economic Analysis – Summary”, Antwerp Management School.
- Kunsten en Erfgoed (2014), “Jaarverslag Kunsten en Erfgoed 2011 / 2012 / 2013”, [www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/jaarverslag-kunsten-en-erfgoed-2011](http://www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/jaarverslag-kunsten-en-erfgoed-2011)
- Kunsten en Erfgoed (2013), “Handleiding bij het Cultureel-Erfgoeddecreet”, [http://www.kunstenenerfgoed.be/sites/default/files/generated/files/handleiding/140331\\_Handleiding%20bij%20het%20Cultureel\\_erfgoeddecreet\\_werkingssubsidies%20voor%20collectiebeherende%20cultureel\\_erfgoedorganisaties\\_musea%20en%20archiefstellingen.pdf](http://www.kunstenenerfgoed.be/sites/default/files/generated/files/handleiding/140331_Handleiding%20bij%20het%20Cultureel_erfgoeddecreet_werkingssubsidies%20voor%20collectiebeherende%20cultureel_erfgoedorganisaties_musea%20en%20archiefstellingen.pdf)
- Kunstenloket (2013), “Creatieve Partnerschappen Tussen Kunstenaars en Bedrijven in Vlaanderen”.
- Schrauwen, J. et al. (2014), “Creatieve Industrieën in Vlaanderen – Update”, Antwerp Management School, Flanders District of Creativity Kenniscentrum.

Siongers J. and A. Van Steen (2014), “Acteurs in de Spotlight. Onderzoek Naar de Inkomens en de Sociaaleconomische Positie van Professionele Vlaamse acteurs”, Universiteit Gent.

## FRANCIA

### Introduzione

L'accesso alla cultura per tutti i cittadini francesi fa parte dei diritti e delle libertà fondamentali formulati nel Preambolo della Costituzione del 27 ottobre 1946<sup>1</sup>. La tematica culturale, assieme all'educazione e alla formazione, occupa un ruolo centrale nello sviluppo sociale e identitario della Francia e dei francesi, indipendentemente dall'appartenenza geografica, economica e sociale. Lo stato svolge nel panorama culturale francese un ruolo attivo, che deriva da una tradizione risalente a Francesco I (che stabilì l'adozione del francese come lingua ufficiale della monarchia), proseguita con Luigi XIV (e lo sviluppo del mecenatismo reale e nobiliare durante il XVII secolo, che ha reso il patrimonio culturale francese uno dei più ricchi al mondo) e continuata fino al XXI secolo.

La politica culturale francese interviene tradizionalmente su tre ambiti di attività: 1) protezione e valorizzazione delle opere dell'umanità e della Francia; 2) sostegno alla creazione di opere artistiche e intellettuali; 3) sviluppo di pratiche culturali e creative e diffusione degli insegnamenti artistici. È invece relativamente recente l'impegno del settore pubblico nel considerare le politiche culturali, oltre che per la loro valenza civile ed identitaria, alla stregua di vere e proprie politiche di sviluppo economico. Il processo, graduale e tuttora in corso, ha visto nel corso degli ultimi decenni un'evoluzione lungo diverse dimensioni, di cui si tracciano in questo capitolo quella della governance pubblica (nella direzione del decentramento amministrativo), delle modalità di gestione (nella direzione di una maggiore autonomia delle strutture culturali *lato sensu* e in un contesto vieppiù aperto alla collaborazione tra pubblico e privato), e appunto dell'integrazione più consapevole delle tematiche culturali nell'ambito di complessive politiche di sviluppo economico. Si dedica inoltre uno spazio alle politiche turistiche, da sempre connesse con il "prodotto culturale" (per il ruolo di primo piano che esso riveste tra le motivazioni del turismo francese inbound) e attualmente interessate dall'emergere di pratiche specificamente legate alle "industrie culturali e creative": il turismo creativo (OECD 2014).

### Governance

Il quadro attuale della governance francese, sia in ambito culturale che turistico, riflette i processi di trasformazione del complessivo assetto istituzionale realizzati con la riforma costituzionale del 2003 e il suo impatto sulle competenze locali, già peraltro interessate da un progressivo decentramento amministrativo a partire dalla metà degli anni '80. Per quello che riguarda l'oggetto di questo capitolo, è sufficiente ricordare che:

- tra le principali novità della nuova costituzione rientra l'affermazione del principio di organizzazione decentrata dello stato; tale principio, posto sullo stesso livello di quelli dell'indivisibilità della Repubblica e di uguaglianza davanti alla legge, implica il riconoscimento della capacità delle autorità decentrate di occuparsi degli affari locali;
- si riconosce alle collettività territoriali e ai loro raggruppamenti la possibilità di "sperimentare", ovvero introdurre deroghe, per periodi di tempo limitati e in ambiti definiti

dalla legge, rispetto alle norme legislative o regolamentari che disciplinano l'esercizio delle loro competenze<sup>60</sup>;

- rimane comunque in capo alle strutture centrali la competenza sull'indirizzo generale e sull'attuazione nazionale, anche in collaborazione con gli enti locali, delle politiche settoriali.

La Francia è divisa in 26 regioni, 101 dipartimenti, 36658 comuni. Le riforme che hanno interessato le collettività locali nel periodo 2008 – 2012 hanno introdotto, tra gli altri, l'istituto dell'*établissement public de coopération intercommunale* (EPCI), una categoria di agglomerazioni di enti locali articolata in diverse tipologie definite su base dimensionale, accomunate da fiscalità propria.

### Struttura amministrativa

L'elaborazione e l'attuazione delle politiche culturali francesi sono gestite dall'amministrazione centrale attraverso il Ministero della Cultura e della Comunicazione - Ministère de la Culture et de la Communication, articolato secondo la più recente riforma organizzativa (2007 – 2010) in quattro direzioni generali, ciascuna indicativamente competente su una delle priorità culturali dello Stato:

- Segreteria generale (assiste il Ministro nella gestione del ministero e coordina le politiche culturali trasversali)
- DG patrimoni (competente sui musei, gli archivi e i patrimoni architettonico, monumentale ed archeologico)
- DG creazione artistica (politiche relative alle arti plastiche e lo spettacolo: sostegno nei settori di competenza, incluse le politiche per le professioni creative; incoraggiamento delle manifestazioni artistiche, arricchimento e tutela delle collezioni contemporanee)
- DG media e industrie culturali (definisce e coordina le politiche per il pluralismo dei media, per i settori della pubblicità, della trasmissione dei contenuti, dell'editoria libraria; analizza le dinamiche del settore delle ICC e propone le linee di indirizzo per le imprese che vi operano<sup>61</sup>).

Una ulteriore entità amministrativa alle dipendenze del Ministro, la Delegazione generale per la lingua francese e le lingue di Francia (Délégation générale à la langue française et aux langues de France) è incaricata di promuovere e valorizzare la lingua francese come veicolo privilegiato di diffusione della cultura nazionale.

Per implementare le politiche culturali il Ministero si avvale inoltre di alcuni specifici servizi alle dirette dipendenze del Ministro, con funzioni prevalentemente consultive e di controllo, e di una serie di enti e servizi decentrati. Essi rientrano in tre categorie e presentano gradi di autonomia diversa:

- Direzioni regionali per gli affari culturali (Directions regionales des affaires culturelles, DRAC). Create nell'ambito di riforme di decentralizzazione del potere centrale avvenute

<sup>60</sup> Come si vedrà nel cap.4, questa possibilità ha portato le amministrazioni locali a ridefinire le proprie competenze turistiche.

<sup>61</sup> Nel par. 3.2 si presentano nello specifico le linee guida della DG, pubblicate nel manuale "Fare impresa nelle industrie culturali" (Entreprendre dans les industries culturelles).

negli anni Ottanta, le Direzioni regionali degli affari culturali sono articolazioni territoriali del Ministro che operano sotto l'autorità dei prefetti regionali e dipartimentali. Rappresentano il ministero presso le amministrazioni culturali delle collettività territoriali, ne gestiscono i finanziamenti erogati per le attività culturali locali e sovrintendono all'avanzamento di progetti culturali e alle azioni degli organismi culturali territoriali, ai quali forniscono consulenza e coordinamento.

- Gli “*établissements publics*”. Enti dotati di autonomia amministrativa e finanziaria che svolgono specifiche funzioni pubbliche. Il processo della loro formazione e le principali tipologie sono descritte nel box (NUMERO).
- I servizi di competenza nazionale (*services à compétence nationale*). Svolgono funzioni di rilevanza nazionale che non possono essere delegate a livello locale, ma si differenziano dalle strutture centrali in quanto svolgono specifiche funzioni operative. Dipendono dal ministero ma godono di relativa autonomia. Vi rientrano alcuni musei nazionali, centri di ricerca, archivi, sedi espositive<sup>62</sup>.

<sup>62</sup>

Un elenco completo è fornito dal Ministero al link [www.culturecommunication.gouv.fr/Ministere/Etablissements-et-services-deconcentres/Services-a-competece-nationale](http://www.culturecommunication.gouv.fr/Ministere/Etablissements-et-services-deconcentres/Services-a-competece-nationale)

### **Box 7. I musei tra decentramento e autonomia gestionale: la trasformazione in établissement publique**

Negli anni Ottanta - Novanta è sorto un acceso dibattito sulla funzione da assegnare ai musei e sulle modalità di gestione e finanziamento dei siti culturali più appropriate per superare la crisi che stava colpendo il settore. Alle posizioni più tradizionali basate sul forte interventismo dello Stato se ne sono opposte altre, più inclini a individuare forme di gestione adatte ad allargare il pubblico dei visitatori.

Il prevalere delle seconde ha condotto a un progressivo di decentramento, che ha portato al trasferimento della titolarità della maggior parte dei musei alle autonomie territoriali (regioni, dipartimenti e comuni) e a un loro maggiore coinvolgimento nella definizione delle politiche culturali (processo culminato con la riforma costituzionale del 2003). Per consentire una più stretta cooperazione tra collettività territoriali nella gestione dei servizi culturali, nel 2002 è stata definita la possibilità di costituire gli établissements publics de coopération culturelle (EPCC), strumento flessibile che favorisce una maggiore partecipazione dei soggetti coinvolti alle scelte e una velocizzazione dei processi decisionali.

Inoltre, già a partire dagli anni Novanta, ha preso avvio un processo di progressiva autonomizzazione dei musei nazionali attraverso la loro trasformazione in établissements publics administratifs (Epa), ovvero in enti pubblici amministrativi dotati di personalità giuridica di diritto pubblico.

Il primo museo nazionale a essere trasformato in Epa è stato il Louvre (con decreto del 22 dicembre 1992), cui è stata riconosciuta un'autonomia ancora più accentuata rispetto a quella attribuita agli altri musei, la maggior parte dei quali riconosciuti tra i Musées de France e anch'essi successivamente trasformati (come il il Musée d'Orsay, il Musée et domaine national de Versailles e molti altri).

L'atto di costituzione sotto forma di Epa ne definisce la missione (di interesse generale), le modalità di prestazione di servizi aggiuntivi di carattere commerciale, la composizione degli organi interni e l'allocazione delle funzioni tra questi ultimi. Per quanto concerne la governance, generalmente negli Epa la funzione di gestione è affidata al consiglio di amministrazione composto da esperti del settore e da un presidente. Esso stabilisce la politica scientifica e culturale dell'istituto, programma le mostre e le altre attività culturali, vota il bilancio preventivo, assume le decisioni riguardanti la politica tariffaria, fissa le condizioni generali di impiego del personale dipendente e decide sulla strategia di marketing più adatta a promuovere l'offerta culturale. Il consiglio ha, inoltre, il potere di decidere l'utilizzo delle fonti di finanziamento, usufruendo (oltre che delle sovvenzioni statali) anche delle risorse derivanti dalle vendite dei biglietti, dalle attività commerciali interne e da varie forme di sponsorizzazione e mecenatismo. A questo si affianca il consiglio scientifico, che elabora il progetto di politica culturale e formula i progetti di acquisizione, i prestiti e i depositi che devono, poi, essere approvati dal consiglio di amministrazione. L'operato dei membri del consiglio di amministrazione è sottoposto a un procedimento di valutazione teso a verificare che i risultati assegnati siano effettivamente raggiunti.

Parallelamente al riconoscimento dell'autonomia si è sviluppato un processo di "contrattualizzazione", con il quale si è accentuata l'indipendenza degli istituti culturali attraverso la possibilità di prevedere che le prestazioni offerte siano disciplinate da un apposito contratto. Nel 2003 il Ministero della Cultura e della Comunicazione ha concluso il primo "contratto di prestazione" di durata pluriennale con il Louvre, con cui sono stati definiti obiettivi, mezzi e obblighi reciproci delle due parti. Il processo di contrattualizzazione dei rapporti tra il ministero e i singoli musei ha conosciuto un'accelerazione nel 2007, con la conclusione dei contratti di prestazione con il Musée d'Orsay e il Musée et domaine national de Versailles.

La trasformazione in Epa e la contrattualizzazione dei rapporti tra musei e ministero della Cultura hanno consentito, da un lato, il riconoscimento di un'ampia autonomia gestionale e finanziaria ai musei, dall'altro, una significativa responsabilizzazione della dirigenza in relazione ai risultati raggiunti (non solo di fronte al ministero della Cultura ma anche nei confronti della collettività). Al ministero della cultura è stata gradualmente affidata la funzione di programmazione (ex ante) della politica culturale nazionale e quella di controllo (ex post) sulla qualità dell'offerta museale e sulla capacità di promozione dei siti culturali.

Fonte: adattamento da [www.aedon.mulino.it/archivio/2014/3/messineo.htm#testo16](http://www.aedon.mulino.it/archivio/2014/3/messineo.htm#testo16)

## Struttura del patrimonio

Il patrimonio culturale francese comprende (dati 2012):

- 44060 monumenti storici classificati e iscritti;
- 116800 beni culturali classificati;
- 3606 aree protette;
- 11 elementi iscritti al patrimonio culturale immateriale dell'UNESCO (celebrazioni popolari, tradizioni, competenze);
- 131 archivi pubblici.

La metà dei monumenti storici è di proprietà privata (49,6%), mentre la maggioranza (88%) del patrimonio mobile appartiene allo Stato. La legge definisce le strutture che fanno parte dei Musei di Francia (Musées de France), le cui collezioni sono inventariate e considerate inalienabili. Lo Stato sostiene i Musei di Francia sia in termini scientifici e tecnici che in termini finanziari, affinché siano in grado di svolgere le funzioni di conservazione, di restauro, di studio, di arricchimento, di diffusione e di mediazione, in modo da garantire un accesso globale al patrimonio museale francese.

Come indicato nella tabella seguente, la grande maggioranza dei Musei di Francia appartiene alle collettività locali (82%, 999 musei); 61 musei (5% della totalità) appartengono invece allo Stato; di questi, 38 sono direttamente sotto la gestione del Ministero della Cultura e della Comunicazione<sup>63</sup>.

**Tabella 12. Ripartizione dei musei francesi secondo la tipologia di proprietario**

|                                                |             |
|------------------------------------------------|-------------|
| Collettività locali*                           | 82%         |
| Associazioni, fondazioni                       | 13%         |
| Stato                                          | 5%          |
| N di Musei di Francia                          | 1218        |
| - di cui di proprietà dello Stato              | 61          |
| - di cui dipendenti direttamente dal Ministero | 38          |
| <b>Totale</b>                                  | <b>100%</b> |

\* Collettività locali: comune, gruppo di comuni, dipartimento, regione.

Fonte: Ministero della Cultura e della Comunicazione / Direzione generale dei patrimoni

## Politica culturale e promozione

Una panoramica completa delle politiche culturali francesi anche alla luce del recente processo di riforma amministrativa non rientra negli scopi di questa pubblicazione, in cui ci si focalizza sulla promozione culturale all'estero (<http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-et-rangere-de-la->

<sup>63</sup> Ministère de la Culture et de la Communication, Appellation Musées de France, [www.culturecommunication.gouv.fr/Aides-demarches/Protections-labels-et-appellations/Appellation-Musee-de-France](http://www.culturecommunication.gouv.fr/Aides-demarches/Protections-labels-et-appellations/Appellation-Musee-de-France)

france/diplomatie-culturelle-21822/) e sulle politiche per favorire il coinvolgimento finanziario del privato (par. 1.4).

Per lunga tradizione storica le attività di promozione culturale all'estero sono parte integrante della politica estera francese. La struttura che ne esercita la competenza, sotto la responsabilità congiunta dei Ministeri della Cultura e Comunicazione e degli Affari Esteri e dello Sviluppo Internazionale, è attualmente l'Istituto Francese, nato nel 2006 dall'accorpamento di precedenti organizzazioni. L'Istituto si avvale di un'importante rete di diffusione che raggruppa oltre 300 Istituti e Alleanze convenzionati con il Ministero degli Affari esteri e dello Sviluppo internazionale. Attraverso gli uffici all'estero – pensati come strumento di influenza e di cooperazione, l'Istituto funge da centro di expertise nel favorire il dialogo con le culture straniere, contribuendo alla reputazione internazionale della Francia. Tra le attività di politica culturale all'estero, la diffusione della lingua francese rappresenta uno dei compiti prioritari, insieme alla creazione intellettuale e la distribuzione del patrimonio cinematografico e audiovisivo francese. L'Istituto inoltre, al fine di sviluppare il dialogo interculturale, incoraggia gli scambi artistici e creazione di nuovi partenariati internazionali.

L'Istituto è un'impresa pubblica a carattere industriale e commerciale (EPIC). Finanziato dallo Stato, ha visto il proprio budget annuale ridotto di un quarto tra il 2007 e il 2013, passando da 137 milioni di euro nel 2007 a 104 milioni per il 2013 (-24.1%). L'ammontare annuale assicura il funzionamento generale della rete culturale all'estero, finanzia gli strumenti di cooperazione culturale e di promozione della lingua francese, sovvenziona le Alleanze francesi e parzialmente i servizi di cooperazione e di azione culturale (SCAC).

## **Coinvolgimento dei privati nel governo e nel finanziamento della cultura**

### ***I beneficiari***

In Francia lo sviluppo del mecenatismo, di imprese o di privati, ha registrato un particolare aumento negli ultimi anni, grazie alle misure d'incentivo fissate dalla Legge del 1° agosto 2003 sul mecenatismo, le associazioni e le fondazioni (Loi n. 2003- 709) e successive modifiche. Il mecenatismo si realizza attraverso il versamento di un dono (in denaro, in natura o in competenza) ad un organismo per sostenere un'opera d'interesse generale. Se il beneficiario della donazione rientra tra gli organismi che possono godere di forme di “mecenatismo deducibile”, i donatori hanno diritto ad alcune agevolazioni fiscali (ad esempio, nel caso del mecenatismo d'impresa a favore dell'organizzazione di mostre d'arte contemporanea, ad una riduzione d'imposta pari al 60% dell'ammontare della donazione).

Nel settore della cultura sono previsti vantaggi specifici e molto incentivanti per il mecenatismo delle imprese e dei privati (cfr. Ministère de la Jeunesse et des solidarités actives, Guide du Mécénat. Entreprises et associations). I principali organismi eleggibili al cosiddetto “mecenatismo deducibile”, salvo verifica caso per caso, sono:

- lo Stato, le collettività locali e i loro enti;
- gli organismi d'interesse generale (in particolare, le associazioni no profit previste dalla Legge del 1901);
- le fondazioni e le associazioni riconosciute di utilità pubblica e le associazioni protette;
- le fondazioni di impresa (doni dei dipendenti dell'impresa fondatrice e dei dipendenti del gruppo);

- i fondi di dotazione;
- i musei di Francia (Loi n. 2002-5 du 4 janvier 2002 sui musei di Francia);
- la maggior parte dei monumenti storici privati (per i relativi lavori di restauro sulle parti protette o per i lavori relativi all'accesso di persone disabili);
- gli organismi la cui gestione è disinteressata e che hanno per attività principale la diffusione di spettacoli dal vivo o l'organizzazione di mostre di arte contemporanea (ad esclusione degli organismi costituiti sotto forma di società, con la sola eccezione delle società a capitale interamente pubblico);
- alcuni enti di ricerca o di insegnamento pubblici o privati, riconosciuti d'interesse generale.

Gli organismi beneficiari di donazioni da parte di persone fisiche o giuridiche devono peraltro assicurare la pubblicità dei loro bilanci annuali in caso di donazioni pari o superiori a 153.000 euro all'anno..

È incentivato il mecenatismo culturale delle imprese a favore dell'arte contemporanea, del patrimonio artistico e culturale, delle forme di spettacolo dal vivo, della salvaguardia e dell'arricchimento delle collezioni pubbliche. Disposizioni specifiche sono poi riservate a organismi pubblici e privati no profit la cui principale attività sia la rappresentazione di spettacoli dal vivo (teatro, opera lirica, danza, circo, opere musicali e cinematografiche) o l'organizzazione di mostre d'arte contemporanea.

### ***Mecenatismo aziendale***

La riduzione d'imposta prevista i donatori è in generale il 60% dell'ammontare della donazione, entro il limite del 5 per mille del fatturato. Se, durante l'anno di esercizio, il 60% totale dei versamenti supera il plafond del 5 per mille, la somma eccedente può essere riportata sui cinque esercizi successivi, dopo aver tenuto conto dei versamenti effettuati a titolo dell'anno d'imposta, senza che possa comunque risultare un superamento del plafond per ciascuno dei successivi esercizi.

Specifiche agevolazioni fiscali sono previste per l'impresa donatrice in caso di finanziamento per l'acquisto di un bene culturale riconosciuto "tesoro nazionale o "opera di grande interesse patrimoniale" a vantaggio di una collezione pubblica. In tal caso, il donatore ha diritto ad una riduzione d'imposta pari al 90% dell'ammontare del versamento effettuato, nel limite del 50% dell'imposta dovuta dalla società. Se invece l'impresa acquista un "tesoro nazionale" per proprio conto, il vantaggio fiscale si riduce al 40% delle somme impiegate per l'acquisto.

Dal 2007 è stata inoltre prevista l'applicazione della riduzione d'imposta per mecenatismo alle donazioni delle imprese destinate ai lavori di restauro e di accessibilità del pubblico ai monumenti storici privati. A tal fine la donazione alla Fondazione del patrimonio o ad altre fondazioni o associazioni riconosciute danno diritto a una riduzione d'imposta, per le imprese o per i privati donatori, a condizione che il monumento che ne beneficia sia conservato dal suo proprietario ed aperto al pubblico per "almeno dieci anni".

Un'impresa può infine contribuire ad un determinato progetto o evento ma mediante la fornitura dei mezzi (prodotti o servizi). Anche per tale forma di mecenatismo, detto "in natura o in competenza", l'ordinamento francese ha previsto misure incentivanti equivalenti a quelle previste per i contributi in denaro. All'apporto dell'impresa in natura dovrà essere dato il valore del prezzo di costo

o il valore netto contabile per gli elementi iscritti all'attivo dell'impresa. Il Code Général des Impôts e le relative disposizioni di applicazione fissano inoltre i diversi criteri per l'attribuzione di valore a prestazioni fornite a titolo di "mecenatismo di competenza" e indicano le modalità della conclusione di "convenzioni" tra le due parti del mecenatismo, mecenate e beneficiario.

### **Mecenatismo privato**

Anche il mecenatismo dei privati consente ai donatori di godere di un regime di agevolazioni fiscali. La riduzione d'imposta è pari in tal caso al 66% delle somme versate, nel limite annuale del 20% del reddito imponibile. Se il plafond del 20% viene superato, il beneficio della riduzione può essere ripartito sui 5 anni successivi.

Anche per i privati, inoltre, le donazioni possono essere in denaro o in natura (ad esempio, il dono di un'opera d'arte) compreso "l'abbandono volontario di redditi e di prodotti".

Oltre alla riduzione fiscale, al donatore viene offerto il vantaggio delle "contropartite". Il valore di tali contropartite deve rimanere all'interno di un rapporto di 1 a 4 con l'ammontare della donazione, ovvero non superare il 25% di tale ammontare (ad esempio, per una donazione ad un'associazione di volontariato di 100 euro il privato potrà dedurre 66 euro dalla sua imposta sul reddito e ricevere anche una maglietta in regalo, di valore non superiore a 25 euro). Dal 1° gennaio 2011 per il mecenatismo di privati le contropartite non devono, in ogni caso, oltrepassare il limite forfettario di 65 euro.

**Tabella 13. Distribuzione del mecenatismo aziendale per la cultura (per settore, 2014)**

|                                        | % di mecenati | % del budget |
|----------------------------------------|---------------|--------------|
| <b>Arti dal vivo</b>                   | 30%           | 4%           |
| <b>Musica</b>                          | 29%           | 12%          |
| <b>Musei / esposizioni</b>             | 24%           | 41%          |
| <b>Fotografia, cinema, audiovisivo</b> | 18%           | 8%           |
| <b>Patrimonio</b>                      | 12%           | 28%          |

Fonti: ADMICAL (Association pour le développement du mécénat industriel et commercial), Baromètre du mécénat d'entreprise : Les chiffres-clés 2014, <http://www.admical.org/contenu/barometre-du-mecanat-dentreprise>

Admical, CSA (2014), Le mécénat d'entreprise en France  
[http://www.admical.org/sites/default/files/uploads/basedocu/barometre\\_mecanat\\_entreprise\\_admical\\_2014.pdf](http://www.admical.org/sites/default/files/uploads/basedocu/barometre_mecanat_entreprise_admical_2014.pdf)

L'Osservatorio della Fondazione di Francia (Observatoire de la Fondation de France), in partenariato con il Centro francese per i Fondi e le Fondazioni -Centre Français des Fonds et Fondations) censisce (dati 2012) un totale di 3220 fondazioni e fondi di dotazione sul territorio francese (fondazioni dell'Istituto di Francia escluse). Secondo uno studio pubblicato nel 2011 sull'evoluzione dei fondi e delle fondazioni in Francia tra il 2001 e il 2010, il 5% delle fondazioni attive nel 2009 si è dedicato principalmente alla conservazione del patrimonio, il 22% ad attività relative a "arti e cultura". Il 17% si è specificamente dedicato all'ambito della formazione. Nel 2009 il 5% (245 milioni di euro) delle spese totali delle fondazioni è stato allocato al settore delle arti e della cultura, seguito da "insegnamento e formazione" (9%), "servizi sociali" (32%) "salute" (47%).

L'Istituto di Francia è un simbolo storico, intellettuale e culturale del patrimonio francese. L'ente raggruppa le 5 grandi Accademie create nel XVII secolo durante i regni di Luigi XIII e Luigi XIV,

sciolte nel 1793 in seguito alla Rivoluzione francese. Nel 1795 venne fondato l'Istituto di Francia e le Accademie rinacquero negli anni seguenti per costituire ciò che è oggi chiamato il "Parlamento del mondo accademico" (Le Parlement du monde savant), incaricato di "raccolgere le scoperte, perfezionare le arti e le scienze"<sup>64</sup>. L'Istituto divenne inoltre, nel XIX secolo, la sede di un numero importante di fondazioni di diritto privato che raccolgono patrimoni scientifici, letterari ed artistici donati da privati alle Accademie e allo stesso Istituto. Tali fondazioni, chiamate "fondazioni-musei" (fondations-musées) raggruppano beni mobili ed immobili (uno dei più celebri è Castello di Chantilly). Come responsabile della conservazione e della diffusione di queste donazioni private, l'Istituto di Francia gestisce un patrimonio eccezionale di grande valore architettonico, artistico e culturale.

Fanno parte dell'Istituto più di 90 fondazioni attive e caratterizzate da strutture più tradizionali rispetto alle fondazioni-musei dedicate ad attività di mecenatismo tramite l'attribuzione di premi di merito (di carattere economico), di borse o tramite il finanziamento di progetti specifici. Ogni anno vengono attribuiti oltre mille premi e sovvenzioni, per un ammontare totale che supera i 10 milioni di euro. Nel periodo tra giugno 2013 e giugno 2014, 2,24 milioni di euro sono stati allocati su premi per artisti e autori, progetti culturali di associazioni, attori locali e produttori indipendenti, sovvenzioni per la conservazione e la valorizzazione del patrimonio, la pubblicazione e la diffusione di lavori scientifici.

L'Istituto per il finanziamento del cinema e delle industrie culturali (IFCIC) è un ente di credito pubblico-privato creato nel 1983, indirizzato al settore delle ICC e il cui ruolo è di facilitare l'accesso bancario alle imprese culturali e creative. Per incoraggiare prestiti l'Istituto offre un servizio di doppia garanzia finanziaria alle banche in modo da coprire il rischio di fallimento. Alla fine 2013, i crediti garantiti e i prestiti allocati dal IFCIC superano i 700 milioni di euro, di cui il 75% per la produzione cinematografica e audiovisiva. L'azionariato di IFCIC comprende soci pubblici e privati, tra cui lo Stato, la Banca Pubblica di Investimento –BPI e una compagine privata che raggruppa la maggior parte delle banche francesi.

La Banca pubblica di investimento (BPI) è una istituzione finanziaria dello Stato che sostiene il finanziamento e lo sviluppo di piccole e medie imprese implementando le politiche statali e regionali francesi. Oltre a sostenere le filiere industriali e dei servizi la BPI investe più specificamente nei settori ad alto potenziale dell'economia francese, come quelli dell'innovazione tecnologica, del digitale e dell'economia sociale. La BPI interviene finanziando le PMI e le ETI (imprese di taglia intermedia) attraverso prestiti, garanzie, investimenti in capitale di rischio, al fine di promuovere progetti innovativi sia nella creazione che nella crescita ed espansione delle imprese. In partenariato con attori privati e grazie ad un budget di 8 miliardi di euro nel periodo 2012-2017, la BPI persegue 3 obiettivi: accompagnare la crescita delle PMI; incrementare la competitività; contribuire allo sviluppo di un ecosistema favorevole all'imprenditorialità.

## Risorse

### *Struttura, attori ed evoluzione delle risorse per il settore culturale*

Nel 2012, la spesa dello Stato per la cultura e la comunicazione è stata di 13,9 miliardi, incluse le spese fiscali e le tasse raccolte da enti di redistribuzione (i.e. il Centro nazionale del cinema, il Centro nazionale del libro, il Centro nazionale della canzone di varietà e del jazz). Si distinguono tre livelli d'investimenti sull'insieme dei settori culturali beneficiari di fondi pubblici.

<sup>64</sup> "recueillir les découvertes, perfectionner les arts et les sciences" (Constitution de l'an III, article 298) [www.institut-de-france.fr/fr/une-institution/ses-missions](http://www.institut-de-france.fr/fr/une-institution/ses-missions)

1. L'accesso alla cultura e alle conoscenze (ossia le biblioteche, gli archivi e l'insegnamento culturale) e l'audiovisivo (sostegno alle imprese, e per il settore pubblico il canone televisivo e il compenso del deficit pubblicitario) costituiscono i primi settori sostenuti dallo Stato con un ammontare equivalente al 30% della loro produzione.
2. I settori del cinema, del patrimonio, della stampa e dello spettacolo dal vivo hanno ricevuto finanziamenti corrispondenti al 5-7% delle loro rispettive produzioni.
3. I settori delle arti visive (mercato dell'arte, design, fotografia), del libro, dell'architettura e delle industrie dell'immagine e del suono sono stati minimi, avvicinando l'1% della produzione.

Accanto all'intervento statale, le collettività territoriali hanno investito 7,6 miliardi di euro nella cultura nel 2010 (Francia metropolitana e d'Oltremare). I comuni di più di 10 000 abitanti hanno dedicato l'8% del budget totale alla cultura, ossia 4,5 miliardi di euro. La spesa dei EPCI ammonta a 1 miliardo, e quella dei dipartimenti a 1,4 miliardi. Infine, la partecipazione delle regioni corrisponde a 0,7 miliardi che sono investiti nelle Direzioni Regionali degli Affari Culturali (DRAC), le quali implementano le politiche culturali del Ministero a livello territoriale.

L'ammontare annuale allocato al Ministero della Cultura e della Comunicazione viene definito tramite i Progetti di legge finanziaria (PLF - Projets de loi de finances), preparati dal Ministro dell'Interno, sotto l'autorità del Primo Ministro. I progetti sono presentati al Parlamento per eventuali modifiche.

Le principali voci di spesa riguardano il supporto alle attività culturali prioritarie (creazione, patrimonio, trasmissione delle conoscenze), la ricerca, le industrie culturali e creative, con poste di bilancio specificamente destinate all'audiovisivo pubblico, al cinema e alla stampa.

Tabella 14. Evoluzione del budget globale allocato al Ministero 2013-2015 (in milioni di euro)

|                                                                   |                               | 2013           | 2014           | 2015           |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Cultura                                                           | Creazione                     | 774,9          | 746,27         | 734,3          |
|                                                                   | Patrimonio                    | 775,92         | 745,45         | 752,99         |
|                                                                   | Trasmissione delle conoscenze | 1077,47        | 1088,75        | 1095,41        |
| <b>Totale Cultura</b>                                             |                               | <b>2628,29</b> | <b>2580,47</b> | <b>2582,7</b>  |
| Ricerca                                                           | Ricerca culturale             | 118,57         | 114,46         | 117,14         |
| <b>Totale Ricerca</b>                                             |                               | <b>118,57</b>  | <b>114,46</b>  | <b>117,14</b>  |
| Stampa, libri e industrie culturali                               | Stampa                        | 514,36         | 256,83         | 255,12         |
|                                                                   | Libri e industrie culturali   | 267,42         | 261,69         | 268,55         |
| <b>Totale stampa, libri e industrie culturali</b>                 |                               | <b>781,78</b>  | <b>518,52</b>  | <b>523,67</b>  |
| Audiovisivi                                                       | Audiovisivi e radio           | 284,86         | 141,51         | 189,42         |
|                                                                   | Audiovisivi esteri            | 148,92         | 150,64         |                |
|                                                                   | Anticipi per audiovisivi      | 3447,7         | 3551,1         | 3666,79        |
| <b>Totale Audiovisivi</b>                                         |                               | <b>3881,48</b> | <b>3843,25</b> | <b>3856,21</b> |
| <b>Totale Media (stampa, libri, ind. Culturali + audiovisivi)</b> |                               | <b>4663,26</b> | <b>4361,77</b> | <b>4379,88</b> |
| <b>Totale Budget</b>                                              |                               | <b>7410,12</b> | <b>7056,7</b>  | <b>7079,72</b> |

Fonte: Elaborazione su dati Ministère de la Culture et de la Communication, Projets de loi de finances 2013, 2014 et 2015, <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Ministere/Budget>

La tabella 9 mostra che per l'anno 2015 l'ammontare dei fondi pubblici allocati dal Ministero è pari a 7079,72 milioni di euro, cifra di misura superiore al 2014 (il calo dal 2013 al 2014 era stato significativo, da 7410,12 a 7056,7 milioni di euro pari al - 4,8%). Ciononostante le dotazioni pubbliche del budget totale allocate ai tre principali programmi culturali in termini percentuali (patrimonio culturale, creazione, trasmissione delle conoscenze e democratizzazione della cultura) rimangono sostanzialmente stabili nello stesso periodo. La diminuzione del budget complessivo del Ministero in relazione agli anni precedenti riflette tagli mirati, relativi al supporto di specifici settori: tra le riduzioni più significative si registrano quelle dei fondi allocati al settore della stampa (da 514,36 milioni di euro nel 2013 a 255,12 milioni di euro nel 2015, pari a un -50,4%).

Oltre al budget del Ministero della Cultura e della Comunicazione, contribuiscono alla cultura fondi addizionali da altri Ministeri, per un ammontare totale di circa 3,7 miliardi di euro nel 2012 e 2013. I principali contributi (c. 3,7 miliardi di euro per il 2012 e il 2013) provengono dai bilanci del Ministero dell'Istruzione Nazionale (Ministère de l'Education nationale), il Ministero degli Affari Esteri (Ministère des Affaires étrangères) e il Ministero dell'Insegnamento Superiore e della Ricerca (Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche).

## Spese territoriali per la cultura, Francia metropolitana

Pubblicate ogni quattro anni, le ultime statistiche disponibili sull'apporto finanziario delle collettività locali per la cultura risalgono al 2010. Nell'anno considerato le spese culturali consolidate<sup>65</sup> delle collettività territoriali nella Francia metropolitana e d'oltremare ammontano a 7,6 miliardi di euro (7,47 per la Francia metropolitana e 0,172 per la Francia d'oltremare), in leggero aumento rispetto al 2006 (+0,8 % in termini reali).

I dati non consolidati riportati nella tabella mostrano che i comuni con più di 10 000 abitanti spendono in media l'8% del budget totale nella cultura (una quota che corrisponde a 4,7 miliardi di euro), finanziando il 60% delle spese territoriali per la cultura.

La maggior parte delle spese territoriali corrisponde a spese per sostenere l'espressione artistica e le attività culturali (58%) e la conservazione e alla diffusione dei patrimoni (42%). Considerato i quattro livelli territoriali, le spese di funzionamento rappresentano il 78% dell'insieme delle spese dei territori. Le spese di investimento corrispondono ai 22% rimanenti, una percentuale molto legata ai calendari elettorali.

Ciononostante, le spese di investimento sono sostenute dalle regioni che ridistribuiscono l'80% del budget culturale sotto forma di sovvenzioni per incoraggiare l'investimento culturale nei comuni e i loro raggruppamenti, nonché distribuite a beneficiari di diritto pubblico come ad esempio associazioni artistiche e culturali.

**Tabella 15. Dati chiave spese culturali territoriali non consolidate, 2010, Francia metropolitana e d'oltremare**

| Amministrazione territoriale      | % delle spese culturali territoriali | Ammontare (mio €) | € / abitante | Quota delle spese culturali sul budget |
|-----------------------------------|--------------------------------------|-------------------|--------------|----------------------------------------|
| <b>Comuni &gt; 10000 abitanti</b> | 60 %                                 | 4 710             | 148          | 8 %                                    |
| <b>Raggruppamenti di comuni</b>   | 13 %                                 | 1 066             | 44           | 7 %                                    |
| <b>Dipartimenti</b>               | 18 %                                 | 1 428             | 22           | 2,1 %                                  |
| <b>Regioni</b>                    | 9 %                                  | 696               | 11           | 2,7 %                                  |
| <b>TOTALE</b>                     | <b>100%</b>                          | <b>7 900</b>      |              |                                        |

Fonte: Elaborazione da Delvainquière, J.-C., Tugores, F., Laroche, N., Jourdan, B. (2014). Les dépenses culturelles des collectivités territoriales en 2010, In *Collection "Culture Chiffres" 2013-4*, [www.culturecommunication.gouv.fr](http://www.culturecommunication.gouv.fr)

## Altre fonti di finanziamento: l'1% artistico

L'1% artistico è una disposizione legale risalente al 1951 volta a favorire la creazione di opere visive e plastiche nell'ambito di progetti di architettura pubblica. In un primo tempo attuata nel quadro delle costruzioni afferenti al Ministero dell'Istruzione nazionale, l'1% artistico è stato esteso alle

<sup>65</sup> Calcolate sommando le spese culturali degli enti territoriali e sottraendo le duplicazioni legate principalmente ai trasferimenti.

nuove opere architettoniche realizzate per altri Ministeri negli anni Ottanta e Novanta. Nell'ambito delle politiche di decentralizzazione avvenute nel medesimo periodo, anche le collettività locali sono state coinvolte in modo diretto. Sin dalla sua attuazione nel 1951, la misura dell'1% artistico ha permesso la creazione di 12 300 opere d'arte.

Nel dettaglio la disposizione prevede che l'1% del costo totale della costruzione di un edificio pubblico (tasse escluse) sia dedicato alla creazione di un'opera artistica specificamente elaborata per la struttura architettonica dove verrà in seguito esposta. Il mezzo utilizzato per la realizzazione dell'oggetto viene definito liberamente dall'artista, in collaborazione con l'architetto in carica del progetto. La disposizione ha consentito la realizzazione di opere nel campo della pittura, della scultura e arredamento anche più visionarie come installazioni luminose, sonore oppure botaniche.

### **Finanziamenti europei al settore culturale francese – programmazione 2007-2013**

L'ammontare totale dei fondi europei investiti nei territori francesi per il periodo 2007-2013 raggiunge i 23,3 miliardi di euro, di cui 10,1 miliardi di euro (43,3%) allocati dal Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR). La tematica culturale rappresenta il 2% dell'obiettivo competitività del FESR, con 121,1 milioni allocati alle regioni della Francia metropolitana distribuiti su 284 progetti culturali dedicati per la maggior parte alla protezione e alla valorizzazione del patrimonio culturale. 85 milioni di euro (64% dell'obiettivo competitività per la tematica culturale) sono stati stanziati per l'attuazione di 75 progetti di sviluppo di infrastrutture culturali. Inoltre, la cultura ha beneficiato di un sostegno di 111,6 milioni di euro (9%) nell'ambito dell'obiettivo di cooperazione territoriale europea del FESR. Quest'intervento importante ha permesso lo sviluppo di 150 progetti culturali transnazionali, di cui 133 mirati alle zone frontaliere e 30 progetti legati alla zona dell'Oceano Indiano. Infine, l'1% dei fondi dell'obiettivo convergenza (13,9 milioni di euro) è stato mobilitato per interventi culturali nelle regioni francesi d'oltremare, nelle quali le tematiche di sviluppo ambientale sono prioritarie rispetto a quelle culturali.

### Box 8. Il museo Louvre-Lens nel Nord Pas de Calais

**Programma europeo:** Programma operativo competitività e occupazione Nord-Pas-de-Calais

**Anno di programmazione:** 2012

**Fondo europeo:** FESR

**Costo totale del progetto:** 130 000 634 euro

**Finanziamento dell'UE:** 35 030 453 euro

**Contesto introduttivo:** La costruzione del museo Louvre-Lens nella regione del Nord Pas de Calais è uno dei grandi progetti finanziati dall'Unione Europea nell'ambito della programmazione 2007-2013. Questo progetto corrisponde inoltre ai principali obiettivi della politica del Ministero della Cultura e della Comunicazione francese di favorire l'accesso alle collezioni dei grandi musei nazionali anche a livello regionale. Per la costruzione del museo, terminata nel settembre 2012, è stato allocato un ammontare complessivo di 130 milioni di euro, con un contributo del Fondo europeo di sviluppo regionale di 35 milioni per il periodo di programmazione 2007-2013.

Progettata sul sito di un'antica miniera, la costruzione dell'"antenna" Louvre-Lens simbolizza la rinascita di una cittadina di 35.000 abitanti nel nord-ovest della Francia colpita dal declino industriale. Nonostante le piccole dimensioni, Lens è strategicamente localizzata nella vicinanza di Lille – capoluogo della regione, ed è collegata con vie stradali e ferroviarie a Parigi, al Regno Unito e al Belgio. Al livello regionale, il progetto favorisce l'attrazione delle collettività locali e lo sviluppo di programmi pedagogici sia per le scuole che per gli abitanti.

**Descrizione del progetto:** L'infrastruttura del museo comprende cinque edifici principali:

- Un grande auditorium da 300 posti e una hall di circa 4000 m<sup>2</sup> come principale spazio di accoglienza dei visitatori.
- Uno spazio di 1765 m<sup>2</sup> dedicato alle esposizioni temporanee.
- Un backstage di 1310 m<sup>2</sup> suddiviso in uno spazio per attività di mediazione/educazione culturale di 500 m<sup>2</sup>, un archivio di 160 m<sup>2</sup>, un deposito delle opere di 1040 m<sup>2</sup> accessibile al pubblico, e spazi di lavoro e di restauro.
- Una galleria del tempo di 4000 m<sup>2</sup>
- Un padiglione di vetro di 975 m<sup>2</sup>

Il museo Louvre-Lens non disporrà di una collezione propria, ma sostituirà le collezioni in esposizione ogni cinque anni. Lo spazio dedicato alle esposizioni temporanee sarà superiore rispetto a quello del museo di Parigi.

**Impatto del progetto:** Nel febbraio 2013, il numero di occupati permanenti creati dal Museo Louvre-Lens superava le cento unità. Si stima in 700 000 il numero di visitatori annuale. Oltre gli impatti legati al turismo – in termini di infrastrutture e servizi, si attendono impatti positivi sullo sviluppo culturale locale in particolare l'apporto di nuovi investimenti, l'aumento del numero di occupati e quindi un abbassamento del livello di disoccupazione, che nella regione risulta due volte superiore alla media nazionale.

Fonte: European Commission (2013), "Une Antenne du Musée du Louvre Ouvre ses Portes sur un Ancien Site Minier", [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/index.cfm/fr/projects/france/new-outpost-of-the-louvre-museum-built-on-the-site-of-a-disused-coal-mine](http://ec.europa.eu/regional_policy/index.cfm/fr/projects/france/new-outpost-of-the-louvre-museum-built-on-the-site-of-a-disused-coal-mine)

European Union (2015), "Les Grands Projets Européens 2007-2013", Etude cofinancée par l'Union européenne dans le cadre du programme Europ'Act, [www.europe-en-france.gouv.fr/Centre-de-ressources/Etudes-rapports-et-documentation/Les-grands-projets-europeens-2007-2013](http://www.europe-en-france.gouv.fr/Centre-de-ressources/Etudes-rapports-et-documentation/Les-grands-projets-europeens-2007-2013)

### Box 9. Valorizzazione del patrimonio archeologico attraverso le ICT

**Programma europeo:** Programma operativo del FESR 2007-2013 Borgogna

**Nome del progetto:** Cluny 2010, a) Programma *Hézelon* (4 programmi di restauro); b) Programma *Gunzo* (3 programmi d'implementazione tecnologica)

**Anno di programmazione:** 2010 / 2012 / 2013 / 2014

**Fondo europeo:** FESR

**Costo totale del progetto:** a) 5504207 euro; b) 3413000 euro

**Finanziamento dell'UE:** a) 643249 euro; b) 1541000 euro

**Contesto introduttivo:** L'Abbazia di Cluny è un complesso costituito da un monastero cattolico e da un insieme di dipendenze situati nel dipartimento della Saône-et-Loire in Borgogna. Fondato nel 909/910 il monastero, gestito dall'Ordine benedettino divenne la più prestigiosa istituzione monastica d'Europa tra la metà del X e la fine del XII secolo. L'abbazia è ritenuta l'elemento più importante e grandioso del complesso religioso di Cluny. La terza chiesa (Cluny III), costruita nel 1088, sorse accanto alle precedenti costruzioni per dotare il monastero di una chiesa all'altezza del suo prestigio. Caratterizzato da dimensioni enormi per quell'epoca, Cluny III costituisce una realizzazione architettonica unica in Europa fino alla ricostruzione della Basilica di San Pietro a Roma nel XIV secolo.

L'importanza dell'abbazia e delle chiese successive hanno contribuito a fare di Cluny un sito eccezionale del patrimonio culturale nazionale, sia dal punto di vista religioso e storico che dal punto di vista artistico. Gestito dal Centro dei monumenti nazionali, il complesso viene classificato monumento storico nel 1862. Nel 2010, le festività organizzate nel quadro dell'anniversario della fondazione dell'abbazia portano un incremento delle visite del 50% (da 106000 a 153000).

**Descrizione del progetto:** Per sfruttare al meglio l'attrattività del sito, nel 2010 venne lanciata una grande operazione di valorizzazione intitolata Cluny 2010, che prevedeva l'attuazione di 2 programmi simultanei. In primo luogo il restauro archeologico del sito (programma *Hézelon*), seguito dallo sviluppo di un programma di realtà aumentata, dedicato ai visitatori, volto a implementare servizi ICT nell'ambito del patrimonio culturale (programma *Gunzo*). I costi dell'operazione Cluny 2010 ammontano quasi 9 milioni di euro, tra cui più di 2 milioni finanziati dall'UE.

La dimensione archeologica ha costituito il nodo del progetto fornendo una base di riferimento per le operazioni di restauro e offrendo, grazie all'utilizzo di alcune mappe storiche, un quadro informativo prezioso per la ricostituzione virtuale delle parti del sito non più visibili. L'interazione tra archeologia e tecnologia ha innescato un percorso scientifico e divulgativo che permette di integrare le rovine distribuite su una vasta area del sito in un percorso coerente e intellegibile per i visitatori.

**Impatto del progetto:** oltre che per il tipico restauro di importanti siti storici, l'operazione Cluny 2010 si distingue per l'elaborazione di un approccio innovativo alla fruizione del patrimonio tramite l'implementazione di attività ICT. L'uso delle tecnologie permette di aggiornare l'immagine del sito, di renderlo più attrattivo e di dare un nuovo impulso a una regione culturalmente molto ricca, ma ultimamente non più al centro dell'attenzione delle *community* culturali e turistiche. Può rappresentare un esperimento di valorizzazione del patrimonio al quale ispirarsi per altri siti in Francia e in altre realtà nelle quali il patrimonio archeologico costituisce una parte importante del patrimonio culturale e delle connesse attività turistiche.

Fonte: [www.europe-en-france.gouv.fr/Rendez-vous-compte/Projets-exemplaires/La-3D-magnifie-le-patrimoine-de-l-abbaye-de-Cluny](http://www.europe-en-france.gouv.fr/Rendez-vous-compte/Projets-exemplaires/La-3D-magnifie-le-patrimoine-de-l-abbaye-de-Cluny)

[http://m.europe-bourgogne.eu/mobile/projets-exemplaires.htm?action=affiche\\_liste&theme=b06334e1083569018d6016a332693824](http://m.europe-bourgogne.eu/mobile/projets-exemplaires.htm?action=affiche_liste&theme=b06334e1083569018d6016a332693824)

## Industrie culturali e creative

### *Definizione, valore economico e occupazionale delle ICC*

Nel dicembre 2013 un gruppo di lavoro congiunto degli Ispettorati Generali delle Finanze e della Cultura ha pubblicato un rapporto sul contributo della cultura nel contesto dell'economia francese<sup>66</sup>. Lo studio definisce innanzi tutto il campo delle attività che, secondo le definizioni internazionali più accreditate (il rapporto cita esplicitamente le definizioni Unesco e UE ESSnet – Culture), sono convenzionalmente raccolte nella categoria delle “industrie culturali e creative” (ICC), per procedere poi a una mappatura settoriale di cui si evidenziano le valenze economica ed occupazionale. Nel seguito di questo paragrafo i riferimenti alle ICC e alla loro comparazione con l'economia nazionale provengono, dove non diversamente indicato, dal rapporto citato (di cui si assumono implicitamente le cautele di ordine metodologico e la fungibilità tra i termini “creativo” e “culturale” ivi adottati).

Nel 2011 il valore aggiunto delle attività culturali in Francia è pari a € 57,8 miliardi di €, di cui 44,5Md€ da attività culturali dirette e 13,3 Md€ da attività indirette. Tale importo rappresenta il 3,2% del valore aggiunto complessivo dell'economia francese e secondo lo studio citato la grandezza che più si avvicina vicina a una definizione di "PIL culturale".

Con un peso comparabile a quello del comparto agricolo e delle industrie alimentari, doppio rispetto alle telecomunicazioni, quadruplo rispetto alla chimica e alle assicurazioni e di sette volte superiore rispetto al comparto dell'automobile, le ICC raggruppano nella definizione francese 11 settori<sup>67</sup> e occupano complessivamente 670.000 persone (il 2,5% degli occupati francesi, pari a 26,7 milioni nel 2010). Secondo le stime del rapporto, tuttavia, considerando la totalità degli “occupati creativi” (ovvero che svolgono attività classificate nell'ambito delle attività creative presso aziende non appartenenti al comparto) si raggiunge una percentuale del 3,3% degli occupati (870.000 persone).

Il comparto, complessivamente in crescita continua a partire dal primo anno di rilevazione (1995), nel 2005, ha incominciato a declinare. L'evoluzione del valore aggiunto a prezzi costanti mostra una costante contrazione a partire dal picco registrato nel 2005, pari al 3,5%, fino al 3,2% del 2011. La dinamica di crescita/decrecita non è tuttavia omogenea tra i settori che compongono il comparto: oltre allo spettacolo dal vivo, che ha visto una significativa diminuzione del volume d'affari già a partire dal 2003, sono tre i settori, dal peso e dall'evoluzione simile, che determinano una parte importante del calo complessivo: si tratta delle arti visive, dei media e dell'editoria libraria, i cui mercati risentono più di altri del rapido cambiamento delle tecnologie e delle modalità di fruizione che caratterizza l'attuale momento storico.

Il peso delle ICC si misura anche in termini di esportazioni. La tabella 12 riporta il valore in milioni di euro delle esportazioni di beni culturali francesi negli anni 2009-2011 per i principali settori culturali. Si nota in particolare che i settori dell'editoria e delle opere d'arte rappresentano degli ambiti di esportazione importanti, con valori in crescita nel periodo considerato.

<sup>66</sup> Durieux, B., Itty, J., Kancel, S., Weill, M., (2013), *L'apport de la culture à l'économie en France*, Rapport N. 2013-M-067-02 Inspection générale des finances/N.2013-40 Inspection générale des affaires culturelles. La base dati utilizzata è relativa al 2011 e la classificazione di riferimento la nomenclature d'activités française (NAF).

<sup>67</sup> In ordine decrescente di peso economico sono: spettacolo dal vivo, patrimonio, arti visive, stampa, editoria libraria, audiovisivi, pubblicità, architettura, cinema, industria dell'immagine e del suono, accesso ai saperi e alla cultura.

Tabella 16. Esportazioni beni culturali (2009-2011 in milioni di euro)

|                                 | Esportazioni 2009 | Esportazioni 2010 | Esportazioni 2011 |
|---------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Libri</b>                    | 590,3             | 630,3             | 663,8             |
| <b>Stampa</b>                   | 445,0             | 433,5             | 414,3             |
| <b>Fonogrammi, videogrammi*</b> | 376,2             | 380,4             | 355,4             |
| <b>Partiture musicali</b>       | 3,7               | 3,6               | 2,7               |
| <b>Strumenti musicali</b>       | 132,1             | 172,5             | 188,8             |
| <b>Opere d'arte</b>             | 848,0             | 727,6             | 1 156,0           |
| <b>Totale</b>                   | <b>2 395,3</b>    | <b>2 347,9</b>    | <b>2 781,0</b>    |

\* cessione di diritti per film, video e tv non inclusi

Fonte: Ministère de la Culture et de la Communication, Chiffres clés 2013: Commerce extérieur

Numerose imprese culturali e creative francesi occupano una posizione leader sul mercato internazionale. Esempi rilevanti sono lo Universal Music Group, prima azienda di produzione musicale al mondo; Hachette, secondo gruppo mondiale nell'editoria; il repertorio musicale francese, il secondo più diffuso a livello internazionale dopo quello inglese-americano; il cinema francese, terzo produttore mondiale e secondo esportatore dopo gli Stati Uniti; Ubisoft, secondo editore di videogiochi; il mercato dell'arte che si colloca al quarto posto a livello mondiale.

L'importanza dei settori culturali e creativi francesi nell'ambito della domanda interna si può rappresentare considerando l'ammontare annuale delle spese delle famiglie, che corrisponde a 25199 milioni di euro nel 2011. Il totale include il consumo di beni e servizi sia di natura commerciale (attività a pagamento) che non commerciali (attività gratuite) direttamente collegati al settore culturale e creativo, corrispondente al 2,3% del consumo effettivo nazionale delle famiglie (1110081 milioni di euro).<sup>68</sup>

### Imprenditoria creativa

Il Ministero della Cultura e della Comunicazione e il Ministero dell'Economia, Attività Produttive e Digitale hanno recentemente commissionato la redazione di un rapporto<sup>69</sup> sulle caratteristiche degli operatori delle ICC e sulle criticità specifiche che essi incontrano nella creazione d'impresa. I principali risultati del rapporto, pubblicato a giugno 2014, definiscono un quadro sul quale i Ministeri si sono impegnati a elaborare specifiche politiche<sup>70</sup>. Secondo il rapporto le caratteristiche dei professionisti e delle imprese del comparto possono così riassumersi:

- nonostante un livello di istruzione generalmente elevato, gli imprenditori del settore culturale non possiedono competenze specifiche nella creazione d'impresa e nella gestione aziendale;

<sup>68</sup> Ministère de la Culture et de la Communication (2013), "Chiffres Clés 2013 : Financement de la Culture", p.237, Ministère de la Culture et de la Communication, Secrétariat Général, Département des Etudes, de la Prospective et des Statistiques, [www.culturecommunication.gouv.fr](http://www.culturecommunication.gouv.fr)

<sup>69</sup> Hearn, S., Savy, O. (2014), *Le développement de l'entrepreneuriat dans le secteur culturel en France*. Rapporto commissionato dai Ministeri della Cultura e della Comunicazione e dell'Economia, delle Attività Produttive e del Digitale.

<sup>70</sup> Nell'accogliere il rapporto, i Ministeri hanno annunciato che avrebbero esposto entro un anno lo stato dell'arte sulle misure elaborate per il comparto; al momento in cui si scrive tale relazione non è ancora stata presentata.

- la motivazione principale all'intrapresa deriva dal valore artistico – creativo e al significato culturale dei progetti piuttosto che dalla prospettiva della redditività e della profittabilità d'impresa;
- i progetti presentano un alto profilo di rischio e molteplici difficoltà di realizzazione, aspetti accentuati anche della scarsa capacità di comprensione del potenziale innovativo da parte dei soggetti economici e finanziari che dovrebbero sostenere la creazione d'impresa;
- molti progetti trovano avvio nell'ambito associativo prima di evolvere verso una forma imprenditoriale;
- l'accesso al finanziamento nella fase di sviluppo d'impresa costituisce un aspetto problematico, che contribuisce a un elevato numero di fallimenti.

Il profilo delineato, in estrema sintesi, sottolinea una certa corrispondenza con le problematiche tipiche delle MPMI, aggravata da una minore capacità dei soggetti preposti al loro sviluppo (finanziatori, partner industriali, ecc.) ad assimilare i modelli di business del settore culturale.

Di fronte a queste criticità, la relazione contiene diverse raccomandazioni; tra queste, i Ministri ne hanno individuato alcune prioritarie, che costituiscono le principali direttrici dell'intervento pubblico statale nel corso del periodo 2014 – 2015, tuttora in attuazione:

- promozione, quando ricorrono i requisiti, dell'accesso delle imprese culturali ai dispositivi di aiuto e finanziamento ordinario: crediti d'imposta per la ricerca, status di giovane impresa innovativa, programma "french tech" per la promozione dello sviluppo di innovazione non tecnologica<sup>71</sup>;
- promozione dello sviluppo di imprese culturali nell'ambito dell'economia sociale e solidale, in particolare nel contesto definito nella nuova legge settoriale (legge 31 luglio 2014 sull'economia sociale e solidale);
- facilitazione nell'accesso ai finanziamenti, in particolare attraverso lo sviluppo di partenariati tra la Banca Pubblica d'Investimento e l'IFCIC;
- impegno con le autorità regionali, sulla base delle proposte contenute nella relazione, nel promuovere la nascita di "cluster" regionali, seguendo l'esempio di ciò che alcune comunità hanno sviluppato soprattutto nei campi del digitale e nell'elaborazione dell'immagine;
- sostegno nell'organizzazione di una "consulta" delle imprese culturali per promuovere la strutturazione del settore e permetterne il posizionamento come punto di riferimento nel dibattito nazionale sullo sviluppo economico;
- sostegno allo sviluppo di una piattaforma internet che riunisca gli interventi dell'Agenzia per la creazione d'impres (APCE) e quelli della DG media e industrie culturali del Ministero, che ha recentemente pubblicato il manuale "Fare impresa nelle industrie culturali: guida ai meccanismi di sostegno nazionali per la creazione e lo sviluppo di imprese culturali".

<sup>71</sup> Il Programma nel suo complesso viene presentato nel box dedicato.

**Box 10. IFCIC**

L'Istituto per il finanziamento del cinema e delle industrie culturali è stato creato nel 1983 su iniziativa del Ministero della cultura e della comunicazione per sostenere il settore cinematografico attraverso fondi di garanzia destinati alle banche. Oggi la sua azione si estende ai settori dell'audiovisivo e delle industrie culturali con l'allocazione di crediti di garanzia e di crediti su prestiti rimborsabili.

Mentre i fondi per la produzione cinematografica, la produzione audiovisiva, gli esportatori di film, gli amministratori di sale cinematografiche, le industrie tecniche e l'industria dei videogiochi sono erogati dal Centro nazionale del cinema (CNC); le industrie culturali sono finanziate in parte dal Ministero della cultura e della comunicazione e in parte attraverso facilitazioni bancarie rivolte ad attività artistiche e culturali.

Nel 2014 il settore della produzione cinematografica rappresentava l'85% dell'attività dell'Istituto (crediti di produzione e di esportazione), una quota in diminuzione rispetto all'anno precedente. Nel settore delle industrie culturali l'attività è fortemente aumentata (+57%), arrivando a 10,7 milioni di euro in garanzie bancarie prestate e 19,3 milioni di credito erogato. L'ammontare delle garanzie corrisponde generalmente al 50% del credito garantito (normalmente fino a un massimo di 1 milione di euro) e può raggiungere il 70% per crediti inferiori a 150 000 euro.

L'Istituto gestisce inoltre diversi fondi che erogano prestiti rimborsabili indirizzati a settori specifici delle ICC, come per esempio quelli dedicati ai giovani creatori di moda, alle industrie musicali, agli editori, alle librerie indipendenti e alle gallerie d'arte. I fondi di garanzia sono invece stati principalmente allocati al settore dello spettacolo dal vivo (44 interventi per 5,4 milioni di euro), alle librerie, ai marchi di musica ed anche alla "nuova leva" dei designer della moda.

Fonte: IFCIC, Rapport d'activité, Exercice 2014, [www.ifcic.fr/images/documents/rapports-annuels/ifcic-rapport-annuel-2014.pdf](http://www.ifcic.fr/images/documents/rapports-annuels/ifcic-rapport-annuel-2014.pdf)

**Box 11. BPI<sup>72</sup>**

La Banca pubblica di investimento Francia (Bpifrance) supporta lo sviluppo di PMI innovative e la crescita di ETI (imprese di taglia intermedia) attraverso strumenti di accompagnamento e di sostegni finanziari mirati. E' stata creata con la legge del 31 dicembre 2012 dal raggruppamento di Oséo (un'iniziativa pubblica di investimento nelle PMI gestita da un'impresa privata), del Fondo strategico di investimenti (FSI), della Cassa dei depositi e delle consegne (CDC Entreprises) e del Fondo strategico di investimenti Regioni. Bpifrance è partecipata dallo Stato e della Cassa dei depositi e delle consegne ed è formata da due divisioni principali:

1. Bpifrance Finanziamento, incaricata di supportare l'innovazione grazie al cofinanziamento bancario e la garanzia su prestiti.
2. Bpifrance Investimento, che si occupa di investimenti in conto capitale o quasi capitale grazie all'apporto del FSI, del CDC Entreprises e del FSI Regioni.

Oltre a sostenere l'azione dell'IFCIC nel 2014 e nel 2015, la Banca pubblica d'investimento ha incoraggiato la crescita delle ICC attraverso quattro fondi di investimento diretti:

- Patrimonio e Creazione 1 e 2<sup>73</sup>: il primo fondo ad avere sostenuto imprese nei settori della musica, dell'editoria, della produzione visuale, del cinema e dei marchi storici. Il fondo 1 è stato creato nel 2005 e dotato di 40 milioni di euro. Il fondo 2, oggi operativo, prosegue quest'azione a favore dell'imprenditorialità culturale e creativa francese.
- Moda e Finanza<sup>74</sup>: dal 1999 investe in capitale proprio di PMI redditizie del settore della moda con un fatturato superiore a 500 000 euro e con elevato potenziale di esportazione all'estero.
- Saper fare d'eccellenza<sup>75</sup>: costituito nel 2013, il fondo è indirizzato alle imprese indipendenti e registrate in Francia, alle stesse condizioni d'accesso che valgono per il Fondo Moda e Finanza. Per avvalersi di questo fondo le imprese devono inoltre ottenere il marchio "Entreprise du patrimoine vivant" riconosciuto dal Ministero dell'economia, delle finanze e dell'industria.

Bpifrance ha lanciato anche diverse iniziative a sostegno all'imprenditorialità e all'innovazione. Ad esempio, il programma Le Hub<sup>76</sup> offre servizi mirati al rafforzamento dell'ecosistema nazionale dell'innovazione. Questi sono:

- Le Hub Corporate, rivolto alle ETI e alle grandi imprese che investono in soluzioni innovative. Consente di effettuare ricerche di partenariato attraverso una piattaforma online contenente un database di 30 000 startups e PMI innovative e attraverso incaricati d'affari specializzati in innovazione.
- Le Hub Network, che organizza eventi rivolti agli imprenditori innovativi e offre loro l'opportunità di networking per condividere opinioni ed esperienze sui temi dell'innovazione e dell'imprenditorialità.

<sup>72</sup> Bpifrance, Rapport annuel BPI-Groupe 2013

<sup>73</sup> <http://www.bpifrance.fr/Bpifrance/Nos-metiers/Fonds-propres/Fonds-directs-Bpifrance/Capital-Developpement-Transmission-Thematique/Media>

<sup>74</sup> [www.bpifrance.fr/Bpifrance/Nos-metiers/Fonds-propres/Fonds-directs-Bpifrance/Capital-Developpement-Transmission-Thematique/Mode-Luxe/Mode-et-Finance](http://www.bpifrance.fr/Bpifrance/Nos-metiers/Fonds-propres/Fonds-directs-Bpifrance/Capital-Developpement-Transmission-Thematique/Mode-Luxe/Mode-et-Finance)

<sup>75</sup> [www.bpifrance.fr/Bpifrance/Nos-metiers/Fonds-propres/Fonds-directs-Bpifrance/Capital-Developpement-Transmission-Thematique/Savoir-Faire-d-Excellence/Fonds-pour-les-Savoir-Faire-d-Excellence](http://www.bpifrance.fr/Bpifrance/Nos-metiers/Fonds-propres/Fonds-directs-Bpifrance/Capital-Developpement-Transmission-Thematique/Savoir-Faire-d-Excellence/Fonds-pour-les-Savoir-Faire-d-Excellence)

<sup>76</sup> [www.bpifrance-lehub.fr/](http://www.bpifrance-lehub.fr/)

- Le Hub Startup, un incubatore collocato negli uffici parigini di Bpifrance che accompagna lo sviluppo di 10 startups innovative in fase di commercializzazione. I servizi offerti dell'incubatore includono spazi di lavoro, consulenza finanziaria ed accompagnamento nella raccolta di fondi, supporto allo sviluppo commerciale attraverso l'organizzazione di incontri, ricerca di clienti e partenariati, networking, azioni di sviluppo internazionale e consulenza per l'esportazione, contatti con fondi di investimento internazionali.

La selezione delle startup beneficiarie avviene attraverso la valutazione di un comitato di esperti Bpifrance, di investitori e di imprenditori attivi nei settori dell'innovazione.

Il sito TousNosProjets.fr è infine un'iniziativa di finanza partecipativa lanciata da Bpifrance nel settembre 2013 allo scopo di favorire la pratica del crowdfunding nei settori dell'imprenditorialità francesi. TousNosProjets.fr offre visibilità a piattaforme di crowdfunding che raccolgono fondi per progetti di impatto sociale, ambientale, culturale e economico. Oggi il sito opera come intermediario tra potenziali contributori e 23 piattaforme di finanziamento che raccolgono oltre 1300 progetti innovativi.

Fonte: [www.bpifrance.fr](http://www.bpifrance.fr)

## Altre misure di sostegno alle ICC

Le industrie del cinema, dell'audiovisivo e del multimedia (videogiochi inclusi) rientrano nelle competenze specifiche del Centro nazionale del cinema e dell'immagine animata (Centre national du cinéma et de l'image animée - CNC<sup>2</sup>), un ente pubblico finanziato attraverso imposte dirette, quote dei ricavi cinematografici, imposte sugli editori e distributori di servizi televisivi, imposte sui video e i video on demand. Attraverso il CNC lo Stato agisce inoltre a supporto alla produzione francofona nell'industria dell'audiovisivo.

Oltre l'allocazione di sovvenzioni dirette a specifici settori, il Ministero della Cultura e della Comunicazione protegge e incoraggia con azioni specifiche le attività delle industrie coinvolte nella produzione di contenuti digitali. Definite specificamente dal Ministero "industrie dei contenuti" (industries de contenu), questi settori culturali e creativi sono infatti particolarmente esposti a fenomeni illegali di riproduzione e di diffusione, come nei casi della musica, del cinema, dell'audiovisivo, del libro e della stampa.

Le politiche legate a questo tipo di industrie sono elaborate dal Ministero della Cultura e della Comunicazione in collaborazione con il Consiglio superiore della proprietà letteraria e artistica (Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique)<sup>3</sup>, un ente consultativo creato nel 2000 con l'obiettivo di supportare il Ministero su questioni legate al diritto d'autore e ai diritti collegati nel contesto delle problematiche legate a Internet e le ICT. Il Consiglio svolge il ruolo di intermediario tra i differenti operatori e il Ministero, supportandolo nella definizione e nell'attuazione del quadro legale di riferimento. In questo contesto, le misure si focalizzano sostanzialmente sulla protezione effettiva dei diritti di produttori e distributori di contenuti digitali e sulla definizione di nuove misure di sostegno finanziario per incoraggiare creazione e innovazione.

## Casi di studio sulle ICC: esempi nazionali e locali

In questa parte sono presentati quattro esempi di iniziative e strutture mirate alle industrie culturali e creative in Francia, che illustrano la varietà di misure intraprese per favorire la crescita del settore. E' possibile rinvenire iniziative avviate da attori pubblici o privati, di dimensione locale, regionale o nazionale, rivolte all'intero comparto delle ICC oppure a specifici settori.

### Box 12. Etichetta French Tech

L'iniziativa *French Tech* è un'azione pubblica creata su impulso del Ministero dell'Economia, dell'Industria e del Digitale e di partner pubblici a fine 2013, mirata a favorire la creazione di startups di successo e generare sviluppo economico e occupazione.

3 gli obiettivi principali:

**1) Federare: l'etichetta *French Tech* è un marchio condiviso da tutti gli attori dell'innovazione in Francia.** Il marchio è stata attribuito a anche 9 ecosistemi regionali chiamati "Metropoli French Tech" i cui poli di startup sono stati riconosciuti per il loro contributo al settore innovativo francese. Tra queste Lyon French Tech, Aix-Marseille La French Tech, Lille's digital – Le coeur de la French Tech e Bordeaux Metropole Numérique. Le attività prevedono, sotto il coordinamento di personale esperto, iniziative di networking e animazione che coinvolgono le diverse metropoli, realizzate attraverso riunioni di coordinamento mensili, seminari periodici e scambi tematici.

**2) Accelerare: fondo d'investimento di 200 milioni per cofinanziare gli acceleratori di startup private dal 2015.**

Il Pass French Tech permette alle imprese delle metropoli French Tech di accedere ai servizi dei grandi attori nazionali incaricati dello sviluppo delle startup come la Bpifrance, Ubifrance, Coface, l'Istituto nazionale della proprietà intellettuale (INPE) e l'Associazione francese degli investitori per la crescita (AFIC). L'offerta del Pass include tra l'altro il networking con investitori e l'accompagnamento per la raccolta di fondi. La Borsa French Tech si rivolge invece a sostenere la creazione di nuove imprese innovative<sup>77</sup> già avviate da strutture pubbliche o private di accompagnamento come incubatori, acceleratori, piattaforme e reti di accompagnamento. Infine, grazie ad una collaborazione con l'istituto pubblico di ricerca Inria, French Tech offre alle startup innovative la possibilità di accedere alle più recenti ricerche nel settore delle scienze digitali.

**3) Promuovere: 15 milioni investiti dal 2015 per rafforzare l'attrattività della *French Tech* in campo internazionale.**

La piattaforma di attrattività internazionale mira a coinvolgere imprenditori e investitori degli ecosistemi francesi nel processo di internazionalizzazione della French Tech, in modo da attrarre nuovi imprenditori, investitori, capitale rischio, talenti e media. Le operazioni specifiche rivolte all'internazionalizzazione sono in genere gestite dall'ente pubblico Business France, benché sovvenzioni possano essere allocate da privati interessati a partecipare alle operazioni. Con l'iniziativa French Tech Hub lo Stato intende inoltre sviluppare gli ecosistemi della French Tech nelle grandi metropoli internazionali, rafforzando gli ecosistemi di startup innovative francesi sia a livello nazionale che all'estero. Il French Tech Ticket è l'ultima misura lanciata dal governo nel maggio 2015 per attrarre imprenditori stranieri sul territorio francese offrendo loro una borsa, un titolo di soggiorno e un posto di lavoro in un incubatore.

Con oltre il 50% delle startup localizzate nella capitale e la sua regione, Parigi rappresenta il centro dell'ecosistema nazionale di French Tech e il suo centro per la proiezione internazionale. L'identificazione delle Metropoli French Tech ha lo scopo di supportare lo sviluppo di ogni polo e di favorire scambi all'interno dell'ecosistema.

Una seconda selezione di Metropoli French Tech sarà annunciata nell'estate 2015, rivolta a regioni con città di minori dimensioni: ne sono esempi la Normandia, che partecipa con le città di Rouen, Caen e Le Havre; French Tech Côte d'Azur, che include Nizza, Cannes, Grasse, Sophia-Antipolis<sup>78</sup>; French Tech Loire Valley, composta dalla città di Orléans e Tours.

Fonte: Dossier de presse French Tech, [www.lafrenchtech.com](http://www.lafrenchtech.com)

<sup>77</sup> Imprese con meno di 50 impiegati, fatturato inferiore ai 10 milioni di euro, create da meno di un anno e immatricolate in Francia.

<sup>78</sup> Una delle più importanti tecnopoli di Francia e di Europa, fondata nel 1969.

### Iniziative regionali e comunali: gli incubatori

A livello territoriale l'imprenditorialità nei settori ICC innovativi è sostenuta dalle regioni e dai comuni nei propri ambiti di autonomia. La città e la regione di Parigi hanno per esempio sviluppato un'azione di supporto all'innovazione culturale e creativa locale attraverso l'impianto di incubatori. Dedicati allo sviluppo economico di progetti, gli incubatori offrono servizi di accompagnamento in un ambiente stimolante che rientrano sostanzialmente in 4 categorie:

1. spazio di lavoro individuale o per team in un contesto creativo e dinamico
2. accesso a servizi di accompagnamento: consulenti, professionisti, workshops, mini formazioni (oppure: formazione mirata?)
3. inserimento in un ecosistema e networking professionale
4. accesso facilitato a finanziamenti

A Parigi, gli incubatori *Ateliers de Paris* e *Creatis* rappresentano due esempi di strutture di accompagnamento specializzate nell'ambito culturale e creativo. Le tabelle in seguito presentano una visione d'insieme della loro struttura e funzionamento.

|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ateliers de Paris (2005)</b> | Struttura integrata nella Direzione dello Sviluppo Economico, dell'Occupazione e dell'Istruzione Superiore di Parigi (DDEES), sostenuta dalla Città di Parigi e dalla Regione Ile-de-France                                                                                                                   |
| <b>Settore</b>                  | Mestieri d'arte, del design e della moda                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Struttura</b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incubatore di imprese</li> <li>• Polo Consulenza</li> <li>• Galleria per esposizioni</li> </ul>                                                                                                                                                                      |
| <b>Destinatari</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Laureati delle scuole di arte applicata, di design, di moda</li> <li>• Collettivi di creatori</li> <li>• Persone in riconversione professionale</li> </ul>                                                                                                           |
| <b>Criteri di ammissione</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ricchezza creativa</li> <li>• Conoscenza tecnica</li> <li>• Qualità del progetto professionale</li> <li>• Motivazione del(i) responsabile(i) del progetto</li> </ul>                                                                                                 |
| <b>Durata</b>                   | 1 anno, rinnovabile una volta                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Tariffa</b>                  | 1° anno: 170 € mese<br>2° anno: 340 € mese                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Finanziamento</b>            | Fondo di dotazione <i>Paris Création</i> , creato dalla Città di Parigi nel 2012 con lo scopo di coinvolgere le imprese del settore privato. Le donazioni usufruiscono di una deduzione fiscale del 60%, corrispondente al massimo al 0.5% del valore d'affare dell'impresa (regime fiscale del mecenatismo). |

Fonte: [www.ateliersdeparis.com](http://www.ateliersdeparis.com)

*Gli Ateliers de Paris* sono insediati in una zona di attività artigianale della capitale Francese, nei pressi di Bastille e contribuiscono a valorizzare l'imprenditorialità nei settori artistici e creativi. Nella stessa area si trova per esempio il *Viaduc des Arts*, un antico viadotto ristrutturato che accoglie artigiani, maestri d'arte e designers in diversi spazi di *ateliers*. Lì gli imprenditori creano prodotti di

qualità che corrispondono alla domanda di oggi, rispettando i saperi tradizionali e incorporando soluzioni tecnologiche innovative. I settori artigianali includono la produzione di arredi, la creazione di mosaici, la siderurgia artistica, la creazione di gioielli, la produzione e il restauro di strumenti a corda. Al di là della dimensione commerciale, il viadotto è stato pensato come luogo di scoperta della creazione tradizionale e anche come posto dove rilassarsi grazie ai suoi caffè, i ristoranti e la passeggiata realizzata sul tetto del viadotto.

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Creatis (2013)        | Piattaforma sostenuta da partenariati pubblici (Città di Parigi, Regione Ile-de-France, Banca di Investimento Pubblico – BPI Francia) e privati                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Settore               | Industrie culturali e creative                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Struttura             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incubatore: 110 stazioni di lavoro, per circa 40 imprese</li> <li>• Spazi di co-working</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Destinatari           | Priorità a imprenditori del settore digitale, con progetti rivolti ai mercati europei ed internazionali                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Criteri di ammissione | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Potenziale della squadra di imprenditori: coerenza e coesione, esperienze passate, progressione professionale</li> <li>• Obiettivi della società e livello di innovazione del progetto</li> <li>• Credibilità economica del candidato: comprensione del mercato e della sua evoluzione</li> <li>• Inserzione nell'ecosistema: apprendimento delle dinamiche e contribuzione all'ecosistema</li> <li>• Appropriazione dei valori del charter di eccellenza e di senso di Creatis</li> </ul> |
| Durata                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incubatore: 3 anni max.</li> <li>• Co-working: illimitata</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Tariffa               | Incubatore: 650 € mese per stazione di lavoro (3 stazioni max. per società)<br>Co-working: 450 € mese per stazione di lavoro (10 stazioni max. per società)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Finanziamento         | Creatis è affiliata a Paris Innovation Amorçage, un fondo di dotazione della Città di Parigi e della BPI Francia. Le imprese con sede nell'incubatore possono usufruire di: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sovvenzioni: max. 30.000 € per azienda</li> <li>• Prestiti: max. 100.000 € per azienda</li> </ul> Altri finanziamenti: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Borse CREATIS</li> <li>• Fondo di investimento CRYALID</li> </ul>                                                                              |

Fonte: [www.residencecreatis.fr](http://www.residencecreatis.fr)

### ***Cultura e creatività a livello locale***

Creato nel 2010 nel 19° arrondissement di Parigi il *CentQuatre* (104) rappresenta una struttura unica a favore delle arti e della creazione. Fortemente ancorato nel suo quartiere, il 104 è stato pensato come un luogo di incontro tra artisti professionisti, artisti amatoriali e popolazione locale. Le attività del 104 perseguono 4 scopi principali:

1. Favorire la creazione artistica: è un luogo di creazione e di rappresentazione, aperto a tutte le forme di arte attuale, con una programmazione popolare, contemporanea, esigente, di dimensione internazionale

2. Promuovere l'aggregazione e lo scambio fungendo da piattaforma collaborativa: è una residenza per artisti aperta a collaborazioni con altre strutture culturali. Dà la possibilità ad alcuni artisti residenti di associarsi al 104 per una stagione (o più) ed esibirsi nei suoi locali.
3. Esprimere Luogo di vita culturale: è uno spazio artistico di pubblico servizio per rafforzare legami con la città, i suoi abitanti e le sue istituzioni (associazioni, scuole, attori sociali). La struttura del 104 prevede anche spazi di scambio culturale e sociale, come per esempio un luogo dedicato a pratiche artistiche amatoriali dotato di servizi (caffè, libreria ecc.)
4. Promuove la ricerca e l'innovazione attraverso la collaborazione tra artisti, ricercatori, imprenditori tramite un incubatore dedicato a progetti innovativi e di sperimentazione nel campo delle arti digitali.

A differenza di altre piattaforme il 104 inserisce la creazione culturale e creativa nell'ambito territoriale, mettendo gli attori in condizioni reali caratterizzate non solo da scambi con altri attori, ma anche con la popolazione locale. Certi tipi di residenza offrono infatti la possibilità agli artisti di perfezionare il proprio progetto e di esibirsi in rappresentazioni aperte al pubblico. Altre residenze si limitano invece all'affitto di spazi di lavoro, però sempre approfittando di un ambito dinamico grazie alle sinergie tra artisti, amatori e visitatori.

L'incubatore 104factory è un servizio addizionale, aperto e flessibile, piuttosto che il nodo dell'attività della struttura del 104. Simile ad altri incubatori per quanto riguarda i criteri di ammissione ed i servizi di accompagnamento, il 104factory si indirizza però ad innovatori che combinano arte e tecnologia, e richiede che i progetti includano l'interazione con il pubblico e/o la cooperazione con altri artisti residenti. Il valore aggiunto del 104factory si caratterizza dalla possibilità offerta agli incubati di sperimentare in-situ i progetti e prodotti sviluppati grazie alle attività del 104 e ai suoi visitatori, in quanto abitanti del quartiere, famiglie, studenti, appassionati d'arte, professionisti, imprese e turisti.

Al fine di dinamizzare la sua struttura e rafforzare il suo impianto nella vita culturale locale, il 104 ha sviluppato numerosi partenariati con organizzazioni artistiche e culturali francesi ed internazionali tra cui vari festival, scuole nazionali di arte, musei, teatri, orchestre, radio ecc. Altri partenariati includono attori pubblici maggiori come il Ministero della Cultura e della Comunicazione, il Ministero degli Affari Esteri e Europei e la Città di Parigi ed attori privati coinvolti in attività di mecenatismo e sponsorizzazione.

## Il settore turistico

Il turismo gioca un ruolo importante nell'economia nazionale francese. Nel 2011 il settore degli alloggi e della ristorazione ha generato un fatturato di 88,5 miliardi di euro (2,4% della produzione totale) e un valore aggiunto di 44,1 miliardi di euro (2,5% del PIL). I consumi legati al turismo internazionale nel paese, secondo i dati del Conto Satellite del Turismo, rappresentano il 7% del PIL. Il settore inoltre produce uno dei maggiori surplus nella bilancia dei pagamenti, nel 2012 pari a 11,3 miliardi di euro. I visitatori stranieri in entrata sono aumentati dell'1,8% dal 2011 al 2012, raggiungendo gli 83 milioni, con una media di pernottamenti di sette notti. Più dell'83% degli arrivi proviene da altri paesi dell'Unione Europea. Nel 2012 il numero di pernottamenti stranieri nel paese è cresciuto del 2,4%, raggiungendo 577,7 milioni, 77,4% dei quali europei (OECD, 2014a).

### **Principali attori pubblici**

Le questioni turistiche sono sotto la responsabilità del Segretario di Stato delegato al commercio esterno, promozione del turismo e francesi dell'estero, presso il Ministero degli affari esteri e dello sviluppo internazionale. Tutti i livelli amministrativi sono coinvolti nella gestione e lo sviluppo del settore turistico.

Lo Stato, attraverso il Ministero degli affari esteri e dello sviluppo internazionale, definisce le politiche turistiche nazionali, elabora il quadro normativo e legale e gestisce le politiche di cooperazione internazionale. Incoraggia inoltre la cooperazione con il settore privato e assiste le collettività locali nell'implementazione di misure per lo sviluppo territoriale del turismo.

Le Regioni elaborano gli obiettivi turistici a medio termine e sono responsabili della promozione turistica per mezzo dei Comitati regionali di turismo (Comités régionaux du tourisme), la cui composizione e i cui compiti sono definiti nella legge No. 2002-276 del 27 settembre 2002 sulla democrazia locale. Le Regioni sono incaricate di raccogliere i dati statistici sul turismo regionale e di coordinare iniziative regionali pubbliche e private.

I Dipartimenti hanno la possibilità di istituire Comitati dipartimentali per il turismo (Comités départementaux du tourisme) che collaborano con le autorità regionali e gli altri enti dipartimentali coinvolti negli affari turistici. I Comitati possono implementare un proprio piano di sviluppo turistico, purché coerente con le linee guida definite nel piano regionale.

I Comuni gestiscono gli Uffici del turismo in modo da rispondere ai bisogni dei viaggiatori sul territorio (accoglienza, informazione, promozione). Possono inoltre, con l'approvazione dello Stato, essere classificati "comune turistico" (commune touristique) oppure "destinazione classificata" (station classée). La legge permette a raggruppamenti di comuni<sup>79</sup> (istituzioni pubbliche di cooperazione intercomunale, EPCI) di creare Uffici intercomunali del turismo, cosa che permette loro di acquisire ulteriori competenze nella gestione del turismo a livello locale. Uno studio del 2010 (AdCF, 2010) riporta questa possibilità è risultata interessante per le comunità di comuni e soprattutto per i raggruppamenti più piccoli, che vi hanno fatto ampio ricorso. La collaborazione turistica è inoltre, in molti casi, all'origine di una più ampia cooperazione intercomunale.

Negli ultimi anni il contributo finanziario dei 22 Comitati regionali per il turismo si colloca tra i 120 e i 140 milioni di euro, a seconda dell'anno considerato. L'apporto dei Comitati dipartimentali si avvicina ai 190 milioni di euro. Il budget degli uffici del turismo è stimato in 520 milioni di euro, di cui 290 provenienti da fondi pubblici.

### **Atout France**

Nel 2009, in seguito all'introduzione della legge sullo sviluppo e la modernizzazione dei servizi turistici (Legge n° 2009-888 del 22 luglio 2009) è stata istituita *Atout France*, l'Agenzia nazionale responsabile dello sviluppo del turismo in Francia. I suoi obiettivi sono:

- La promozione internazionale del marchio "Rendez-vous en France", un logo turistico creato per rafforzare la strategia di comunicazione del settore e dei suoi attori sul mercato del turismo mondiale;

<sup>79</sup> I raggruppamenti di comuni sono divisi in 3 tipi a seconda del numero totale di abitanti: 1) comunità di comuni (< 50 000 abitanti); 2) comunità di agglomerazione (> 50 000 abitanti); 3) comunità urbane (> 500 000 abitanti).

- L'adattamento dell'offerta turistica alla domanda nazionale e internazionale secondo parametri di qualità del prodotto e sulla base di solide conoscenze dei mercati turistici internazionali;
- L'accompagnamento degli attori, pubblici e privati, che operano nella promozione del turismo.

*Atout France* raccoglie finanziamenti dallo Stato e da privati attraverso quote associative dei membri e tramite partenariati con *stakeholders* dell'industria turistica. A fine 2012 il budget di *Atout France* ammontava a circa 74 milioni di euro.

### **Politiche per la promozione del turismo**

L'attuale strategia per il turismo "Destinazione Francia 2010 - 2020" mira a rafforzare l'attrattività del Paese – prima destinazione turistica al mondo dal 1980, ma solamente terza in termini di fatturato. Elaborata dal Consiglio di promozione del turismo (CPT)<sup>80</sup> in collaborazione con il Ministero, questa strategia per lo sviluppo del turismo è stata finalizzata in giugno 2015 in un "Rapporto del Consiglio di promozione del turismo". Tale strategia definisce una serie di misure rivolte a 6 ambiti prioritari:

1. Miglioramento dell'accoglienza: ottenimento di un visto in 48 ore per turisti provenienti da mercati turistici emergenti come Cina, Russia, Africa del Sud, India, Paesi del Golfo; miglioramento delle infrastrutture di trasporto; aumento della sicurezza nelle località turistiche; apertura di attività commerciali in zone a forte affluenza turistica.
2. Miglioramento della promozione dell'offerta turistica: implementazione dei "contratti di destinazione") per la creazione di marchi di territori di notorietà mondiale e elaborati in collaborazione con attori locali (20 i contratti avviati finora); organizzazione nel marzo 2015 dell'evento "Gusto di Francia" (Gout de France), una cena organizzata da oltre mille chef da 5 continenti per celebrare l'eccellenza gastronomica ed enologa francese, il motivo di viaggio per un terzo dei visitatori.
3. Sviluppo delle tecnologie digitali: miglioramento della promozione digitale, banda larga nei siti turistici, facilitazione delle relazioni contrattuali tra operatori turistici tradizionali e professionisti del mondo digitale.
4. Valorizzazione dei mestieri del turismo e rafforzamento della formazione dei professionisti: migliori competenze linguistiche, migliore qualità dei servizi; più visibilità alle attività di formazione per il turismo; creazione di un polo di ricerca sul settore turistico.
5. Implementazione di una strategia di investimento per il turismo: costituzione in ottobre 2015 sotto la supervisione della Cassa dei Depositi (Caisse des dépôts et consignations) di un Fondo di investimento per il turismo (FIT). Il fondo ha lo scopo di attrarre investimenti

<sup>80</sup> Il CPT ha la missione di elaborare per il Ministero degli affari esteri e dello sviluppo internazionale una strategia turistica fino al 2020. È formato da professionisti del turismo, eletti e rappresentanti dell'amministrazione. La presidenza è affidata all'Ambasciatore di Francia e gli incontri di lavoro sono presidiati dal Ministro degli affari esteri e dello sviluppo internazionale. <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-et-rapports-de-la-france/tourisme/l-action-du-maedi-en-matiere-de-promotion-du-tourisme/le-conseil-de-promotion-du-tourisme-six-mesures-et-six-chantiers-pour/> (scorrere verso il basso della pagina)

istituzionali e privati e di emettere prestiti ai professionisti del turismo, soprattutto per far fronte all'invecchiamento delle strutture alberghiere.

6. Sostenere iniziative mirate a favorire la diversità dei territori e dei prodotti: organizzazione della seconda edizione di Gusto di Francia nel 2016; elaborazione di una classifica nazionale della gastronomia francese, per integrare le esistenti classifiche internazionali, basate su criteri differenti; valorizzazione della gastronomia nell'ambito delle Giornate europee del patrimonio.

Dal 2014 il Ministero ha inoltre posto una particolare attenzione sull'adeguamento dell'offerta turistica alle attese dei visitatori, identificando 5 poli di eccellenza turistica<sup>81</sup> corrispondenti alle esigenze della domanda internazionale: enologia, montagna, turismo sostenibile (*slow tourism*), turismo culturale e dei mestieri artistici, turismo notturno.

Ogni polo è gestito da un coordinatore incaricato di mettere in rete gli attori del settore e con loro sviluppare una strategia e dei progetti per accrescere la visibilità e l'attrattività del settore all'estero. Lo Stato è responsabile della selezione dei progetti, che saranno finanziati a valere su un budget iniziale di 15 milioni di euro tramite il Programma di investimenti futuri (*Programme des investissements d'avenir - PIA*).

### ***Lo sviluppo del turismo creativo a Parigi***

Le misure per l'innovazione nel settore turistico parigino di recente elaborazione mirano a far emergere, accanto a un "tradizionale" turismo culturale concentrato prevalentemente sulle visite a musei, monumenti, patrimonio, un'offerta turistica tarata sul visitatore e le sue passioni, caratterizzata da eventi, iniziative creative e da una dimensione di convivialità. Rappresenta un approccio che punta alla fidelizzazione dei turisti attraverso una nuova offerta che si inserisce nell'ambito del "turismo creativo" (OECD, 2014b).

Le iniziative legate allo sviluppo del turismo creativo si inseriscono a Parigi in un contesto che conta più di 360.000 occupati nei settori creativi (dato 2012), anche per effetto delle politiche di sostegno e di incentivo all'innovazione attuate a partire dal 2000. Tali politiche, i cui effetti economici non è ancora facile quantificare, prevedono la strutturazione di spazi riservati a incubatori presso i quali le imprese fruiscono di servizi, consulenza e finanziamenti personalizzati per sviluppare i propri prodotti turistici. Nel 2012, in termini di spazi dedicati a incubatori, Parigi si collocava al primo posto tra le altre città europee, con più di 700 startup seguite da incubatori per 5 000 nuovi posti di lavoro negli ultimi tre anni. I due esempi che seguono illustrano un caso di incubatore per il turismo creativo e un prodotto turistico sviluppati a Parigi per promuoverne la scoperta "a misura di creativo".

<sup>81</sup> <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/l-action-du-maedi-en-matiere-de-promotion-du-tourisme/cinq-poles-d-excellence-pour/>

### Box 13. Lo sviluppo di esperienze creative attraverso i Welcome City Lab a Parigi

Parigi ha fatto del turismo creativo una delle proprie politiche turistiche prioritarie. Come parte del suo programma ha lanciato nel 2012 il progetto Welcome City Lab, a supporto dell'innovazione e dell'imprenditorialità nel settore delle industrie creative.

Creato con il sostegno della città di Parigi, della Banca pubblica d'investimento francese (BPI), dell'Ufficio del turismo e dei congressi e gestito dal Paris Region Lab, Welcome City Lab fornisce un esempio di incubatore legato specificamente al settore del turismo creativo. Consiste di un incubatore di startup con lo scopo di riunire e sostenere attori e progetti turistici innovativi mirati a rinnovare l'offerta nella capitale e a fortificare la posizione di leader di Parigi e della Francia sul mercato del turismo mondiale. Oltre al sostegno individuale alle startup, Welcome City Lab offre un luogo di incontro per gli innovatori, volto a facilitare riflessioni, scambi di idee e lo sviluppo di iniziative che rispondano alle evoluzioni del settore turistico.

Nella prima edizione del progetto, il Welcome City Lab ha accolto, nei suoi 1000m<sup>2</sup>, 18 industrie del turismo creativo selezionate tra 90 domande di partecipazione. I progetti della prima edizione sono orientati allo sviluppo di applicazioni turistiche digitali e si rivolgono sostanzialmente al turismo sostenibile e al turismo d'affari. Tra questi Cookening ([www.cookening.com](http://www.cookening.com)), che permette lo scambio fra locali e turisti, che condividono la cena e un "momento unico che combina cucina autentica e persone in un unico luogo speciale".

Fonte: Adattamento da OECD (2014b), *Tourism and the Creative Economy*, OECD Studies on Tourism, OECD Publishing, BOX 3.6, p. 65. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264207875-en>

### Box 14. Creative Paris

Orientato al turismo creativo di massa, il progetto Creative Paris offre dal 2012 diverse attività e workshop creativi che permettono ai turisti di scoprire la città attraverso esperienze che ne facciano risaltare le specificità in termini di conoscenze e di tradizioni. Il sito Creative Paris ([www.creativeparis.info](http://www.creativeparis.info)), di cui il 30% delle 10 000 visite mensili è di visitatori stranieri, punta a favorire l'emergere di nuove forme di interazione sociale e convivialità fra persone, specialmente fra turisti e residenti. Con più di 3 000 attività legate a tutti settori della creatività artistica, Creative Paris offre un complemento o un'alternativa al turismo passivo (tradizionale) proponendo un'esperienza di turismo attivo (creativo) in cui il turista, diventato attore, è in grado di personalizzare l'esperienza turistica a seconda dei propri interessi. Il sito di Creative Paris propone sia attività strettamente legate alla creazione artistica (arti, artigianato, arte del vivo, scrittura) sia attività legate più direttamente a tradizioni francesi, come ad esempio le arti culinarie, la creazione di profumi e la moda.

Fonte: <http://www.creativeparis.fr/>

### Fonti relative al settore culturale francese

Il Dipartimento per gli studi, la previsione e le statistiche (DEPS - Département des études de la prospective et des statistiques) è il servizio del Ministero della Cultura e della Comunicazione incaricato di studi e di analisi statistiche del settore culturale francese a livello nazionale e regionale. [www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Etudes-et-statistiques](http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Etudes-et-statistiques)

L'Ispezione generale delle finanze (Inspection générale des finances) in collaborazione con l'Ispezione generale degli affari culturali (Inspection générale des affaires culturelles) elabora rapporti più globali sull'impatto economico del settore culturale nell'economia nazionale.

[www.igf.finances.gouv.fr/site/igf/lang/fr/Accueil](http://www.igf.finances.gouv.fr/site/igf/lang/fr/Accueil)

[www.culturecommunication.gouv.fr/Ministere/Services-rattaches-a-la-ministre/L-Inspection-generale-des-affaires-culturelles](http://www.culturecommunication.gouv.fr/Ministere/Services-rattaches-a-la-ministre/L-Inspection-generale-des-affaires-culturelles)

L'Istituto nazionale per la statistica e gli studi economici (INSEE - Institut national de la statistique et des études économiques) si occupa di analisi sull'insieme delle tematiche e dei settori legati all'economia francese. [www.insee.fr/fr/default.asp](http://www.insee.fr/fr/default.asp)

### Riferimenti bibliografici

ADMICAL (Association pour le développement du mécénat industriel et commercial) / CSA (2014), *Le mécénat d'entreprise en France*, [www.admical.org/sites/default/files/uploads/basedocu/barometre\\_mecenat\\_entreprise\\_admical\\_2014.pdf](http://www.admical.org/sites/default/files/uploads/basedocu/barometre_mecenat_entreprise_admical_2014.pdf) <http://www.admical.org/contenu/barometre-du-mecenat-dentreprise>

Assemblée des Communautés de France, (2010), *Les communautés et la compétence tourisme*. Disponibile su [http://www.adcf.org/files/THEME-Developpement-economique/Tourisme/NoteAdCF\\_Enquete-Tourisme\\_finale\\_-28mai2010.pdf](http://www.adcf.org/files/THEME-Developpement-economique/Tourisme/NoteAdCF_Enquete-Tourisme_finale_-28mai2010.pdf)

EY (Ernst and Young) (2013), "Panorama des Industries Culturelles et Créatives", [www.francecreative.fr](http://www.francecreative.fr)

European Commission (2013), "Une Antenne du Musée du Louvre Ouvre ses Portes sur un Ancien Site Minier", [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/index.cfm/fr/projects/france/new-outpost-of-the-louvre-museum-built-on-the-site-of-a-disused-coal-mine](http://ec.europa.eu/regional_policy/index.cfm/fr/projects/france/new-outpost-of-the-louvre-museum-built-on-the-site-of-a-disused-coal-mine)

European Union (2015), "Les Grands Projets Européens 2007-2013", Etude cofinancée par l'Union européenne dans le cadre du programme Europ'Act, [www.europe-en-france.gouv.fr/Centre-de-ressources/Etudes-rapports-et-documentation/Les-grands-projets-europeens-2007-2013](http://www.europe-en-france.gouv.fr/Centre-de-ressources/Etudes-rapports-et-documentation/Les-grands-projets-europeens-2007-2013)

European Union (2014), "Bilan Thématique de la Programmation 2007-2013 FEDER-FSE", [www.europe-en-france.gouv.fr](http://www.europe-en-france.gouv.fr)

Fondation de France (2011), "Les Fonds et Fondations en France de 2001 à 2010", Une étude menée en collaboration avec le Bureau des groupements et associations du ministère de l'Intérieur et le concours de Viviane Tchernonog, chargée de recherche au CNRS, [www.fondationdefrance.org](http://www.fondationdefrance.org)

Hearn, S., Savy, O. (2014), *Le développement de l'entrepreneuriat dans le secteur culturel en France*, Rapporto commissionato dai Ministeri della Cultura e della Comunicazione e dell'Economia, delle Attività Produttive e del Digitale. Disponibile su <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/144000364/index.shtml>

Kancel, S., J. Itty, M. Weill, B. Durieux, (2013), "L'Apport de la Culture à l'Economie en France, Inspection Générale des Finances, Inspection Générale des Affaires Culturelles", [www.economie.gouv.fr/etude-sur-apport-culture-a-l-economie-francaise](http://www.economie.gouv.fr/etude-sur-apport-culture-a-l-economie-francaise)

Ministère de la Culture et de la Communication (2013), "Chiffres Clés 2013: Financement de la Culture", Ministère de la Culture et de la Communication, Secrétariat Général, Département des Etudes, de la Prospective et des Statistiques, [www.culturecommunication.gouv.fr](http://www.culturecommunication.gouv.fr)

Ministère de la Culture et de la Communication (2013), “Chiffres Clés 2013: Patrimoine et Architecture”, Ministère de la Culture et de la Communication, Secrétariat Général, Département des Etudes, de la Prospective et des Statistiques, [www.culturecommunication.gouv.fr](http://www.culturecommunication.gouv.fr)

Ministère de la Culture et de la Communication (2013), “Chiffres Clés 2013 : Profession et Emploi”, Ministère de la Culture et de la Communication, Secrétariat Général, Département des Etudes, de la Prospective et des Statistiques, [www.culturecommunication.gouv.fr](http://www.culturecommunication.gouv.fr)

Ministère de la culture et de la communication (Direction générale des médias et des industries culturelles - DGMIC) (2014), *Entreprendre dans les industries culturelles*. Disponible su <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Industries-culturelles/Actualites/Publication-de-la-version-2014-du-guide-Entreprendre-dans-les-industries-culturelles>

Ministère de la Culture et de la Communication (2010), “Patrimostat 2010: Fréquentation des Musées de France, des Monuments Nationaux, des Archives de France, et des Villes et des Pays d’Art et d’Histoire”, Ministère de la Culture et de la Communication, Direction Générale des Patrimoines, Département de la Politique des Publics, [www.culturecommunication.gouv.fr](http://www.culturecommunication.gouv.fr)

Ministère des affaires étrangères et du développement international, *Rapport Conseil de promotion du tourisme*, 11 juin 2015. [www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Rapport-CPT-General\\_cle8c6384-1.pdf](http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Rapport-CPT-General_cle8c6384-1.pdf)

Portail de l’Intelligence Economique (2013), “« Welcome City Lab », Nouvelle Arme de Paris dans la Compétition Touristique Mondiale”, [www.portail-ie.fr/article/869/Welcome-City-Lab-nouvelle-arme-de-Paris-dans-la-competition-touristique-mondiale](http://www.portail-ie.fr/article/869/Welcome-City-Lab-nouvelle-arme-de-Paris-dans-la-competition-touristique-mondiale)

OECD (2014a), *OECD Tourism Trends and Policies 2014*, OECD Publishing, <http://dx.doi.org/10.1787/tour-2014-en>

OECD (2014b), *Tourism and the Creative Economy*, OECD Studies on Tourism, OECD Publishing, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264207875-en>

Queige, L. (2012). “L’Influence du Tourisme Créatif sur le Tourisme Local”, in *Le tourisme à l'heure du touriste créatif*, 2ème Conférence Internationale, 6 et 7 décembre 2012, Paris. [www.tourisme-creatif.org/](http://www.tourisme-creatif.org/)

## Sitografia

Ministère de la Culture et de la Communication  
[www.culturecommunication.gouv.fr/](http://www.culturecommunication.gouv.fr/)

Compendium, Cultural policies and trends in Europe  
[www.culturalpolicies.net/web/countries.php](http://www.culturalpolicies.net/web/countries.php)

Centre français des fonds et des fondations  
[www.centre-francais-fondations.org](http://www.centre-francais-fondations.org)

République Française, Investissements d’Avenir (Conseil général à l’investissement)  
[www.gouvernement.fr/investissements-d-avenir-cgi](http://www.gouvernement.fr/investissements-d-avenir-cgi)

Inventario generale del patrimonio francese

[www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Inventaire-du-patrimoine](http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Inventaire-du-patrimoine)

Patrimonio culturale immateriale

[www.patrimoinevivantdelafrance.fr](http://www.patrimoinevivantdelafrance.fr)

Centro francese del patrimonio culturale immateriale

[www.cfpci.fr/](http://www.cfpci.fr/)

Centro dei monumenti nazionali

[www.monuments-nationaux.fr/fr](http://www.monuments-nationaux.fr/fr)

Le Sénat

[www.senat.fr](http://www.senat.fr)

Welcome City Lab

[www.cookening.com](http://www.cookening.com)

[www.creativeparis.info](http://www.creativeparis.info)

---

<sup>1</sup> Conseil Constitutionnel, Préambule à la Constitution du 27 octobre 1946, [www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/francais/la-constitution/la-constitution-du-4-octobre-1958/preambule-de-la-constitution-du-27-octobre-1946.5077.html](http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/francais/la-constitution/la-constitution-du-4-octobre-1958/preambule-de-la-constitution-du-27-octobre-1946.5077.html)

<sup>2</sup> Ministère de la Culture et de la Communication, Projets de loi de finances 2013, 2014 et 2015, [www.culturecommunication.gouv.fr/Ministere/Budget](http://www.culturecommunication.gouv.fr/Ministere/Budget)

<sup>3</sup> Ministère de la Culture et de la Communication, Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique, [www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Propriete-litteraire-et-artistique/Conseil-superieur-de-la-propriete-litteraire-et-artistique](http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Propriete-litteraire-et-artistique/Conseil-superieur-de-la-propriete-litteraire-et-artistique)

## PAESI BASSI

### Introduzione

In termini generali, la governance pubblica in Olanda è articolata su tre livelli istituzionali: il governo centrale, le province e i comuni. Le decisioni per ciascun livello vengono prese attraverso l'interazione tra organi legislativi ed esecutivi: il parlamento, i consigli regionali e quelli locali hanno il diritto di modificare le raccomandazioni finanziarie e politiche del Governo, dei delegati provinciali, dei sindaci e degli assessori. Ciascun livello persegue, anche in ambito culturale, proprie politiche, cui vengono allocate specifiche risorse. In generale, tuttavia, vale il principio secondo il quale la maggior parte delle politiche vengono definite ed attuate attraverso forme di collaborazione multilivello, con lo scopo di creare un sistema efficace su tutto il territorio.

Uno specifico dibattito sul ruolo del settore pubblico in campo culturale si è sviluppato nei Paesi Bassi a partire dalla metà del XIX secolo e ha visto l'affermarsi, nel corso di un'evoluzione continua che raggiunge gli anni più recenti, i tre principi fondamentali che tuttora guidano le politiche culturali del paese: il principio liberale secondo il quale lo stato si astiene dalla valutazione delle attività culturali e scientifiche; la necessità di politiche governative che garantiscano la tutela della cultura e in particolare dei suoi valori identitari, anche attraverso la cura del patrimonio storico – artistico; il riconoscimento al settore pubblico di un ruolo attivo nella democratizzazione e nella diffusione della cultura.

Questi principi hanno ispirato il modello di intervento pubblico del settore, formatosi dopo la seconda guerra mondiale e che nel 1980 ha visto la definizione del sistema di ripartizione delle competenze e del finanziamento da parte del governo e dei comuni più importanti. Secondo tale modello, approfondito nei successivi paragrafi, i ruoli dei livelli di governo si articolano nel modo seguente:

- il governo nazionale sostiene un'offerta di alta qualità attraverso istituzioni di rilevanza nazionale e internazionale, promuovendo la diffusione della cultura la formazione culturale e l'imprenditorialità nel settore;
- comuni e province sostengono l'offerta locale finanziando le strutture del territorio (biblioteche, scuole di musica/arte, musei e luoghi della cultura ecc.);
- i fondi culturali nazionali supportano la promozione, il dinamismo e l'innovazione dei settori ai quali sono dedicati;
- un Consiglio per la Cultura funge da consulente del governo sul settore e in particolare sui fondi e sulle istituzioni finanziati centralmente.

Questo capitolo descrive la governance e le politiche culturali dei Paesi Bassi passando in rassegna le principali istituzioni e i loro meccanismi di coordinamento, le principali politiche del governo, l'articolazione del patrimonio e il ruolo dei privati nel settore culturale (par.1), il sistema di finanziamento della cultura (par.2), le politiche per le industrie culturali e creative, all'interno del quale si approfondisce il caso di Rotterdam (par. 3). Il par. 4 fornisce una breve panoramica sulla governance turistica e alcuni casi che evidenziano l'apporto della cultura all'attrazione di visitatori nazionali e internazionali.

## Governance e politiche culturali

### *Descrizione struttura amministrativa*

I Paesi Bassi hanno una lunga tradizione di servizi pubblici decentrati in materia di cultura. Il sistema si fonda sul principio di sussidiarietà: in linea di principio sono gli enti locali (province e comuni) ad avere la responsabilità su tutti gli ambiti di competenza entro i quali sono in grado di operare. In campo culturale, questo implica una suddivisione dei ruoli secondo la quale le province hanno il compito di diffondere, regolare e mantenere l'offerta sul proprio territorio, mentre i comuni sono responsabili della gestione delle proprie sedi e strutture e della pianificazione dell'offerta locale; il Governo centrale ha il compito di sostenere l'offerta culturale di rilevanza nazionale sia internamente che all'estero e di garantire le condizioni entro cui gli altri livelli di Governo e le organizzazioni culturali private possono svolgere le proprie funzioni. Rispetto alla prima funzione, governo nazionale svolge il proprio ruolo principalmente attraverso uno strumento, l'"infrastruttura di base per la cultura" (BIS), che raggruppa gli istituti di rilevanza nazionale e internazionale e i fondi nazionali settoriali, che offrono strumenti specifici per incoraggiare l'innovazione e la sperimentazione negli ambiti di propria competenza e hanno una funzione di regia nelle politiche settoriali. La seconda viene presidiata attraverso un sistema di competenze istituzionali definite su base negoziale con gli altri livelli di governo.

Nel 2010 il primo governo Rutte (2010-2012) ha avviato un processo di riforma che ridefinisce il ruolo del Governo a sostegno della cultura, con l'obiettivo di incrementare il ruolo del privato e stimolare l'imprenditorialità culturale. Questa politica, in combinazione con la crisi economica iniziata nel 2008, ha comportato consistenti tagli di bilancio e l'introduzione di criteri più selettivi per la concessione di finanziamenti pubblici. In questo contesto si collocano l'arretramento complessivo dell'intervento governativo, il parziale aumento delle responsabilità per comuni e province e l'incremento dell'intervento privato che caratterizzano l'attuale momento storico; il settore pubblico ha di conseguenza avviato un processo, tuttora in corso, volto a migliorare l'integrazione tra livelli diversi e a rendere più efficiente, anche attraverso la condivisione delle strutture amministrative, l'utilizzo delle risorse a livello locale.

### *Il Ministero della Cultura*

Il Ministero dell'educazione, della cultura e delle scienze, istituito nel 1918, è l'attore principale della governance culturale nazionale ed è responsabile degli atti di indirizzo, della predisposizione di regolamenti, leggi e programmi di politica culturale nazionale.

Va tuttavia tenuto presente che le politiche nazionali dei Paesi Bassi (incluse quelle culturali) sono tradizionalmente definite secondo logiche collegiali interministeriali, tendenza che si è accentuata recentemente con l'introduzione nel 2011 delle "politiche *top sector*" specificamente dedicate a settori che abbracciano ambiti (e competenze) diverse (le politiche per le industrie culturali e creative (ICC) sono uno di questi dei nove settori, v. seguito). Sono quindi, in generale, numerose le aree di condivisione che vedono il Ministero della Cultura collaborare con altri ministeri. I principali ambiti di collaborazione negli ultimi anni hanno riguardato: l'elaborazione della legislazione fiscale su successioni e donazioni (Geefwet) per stimolare il mecenatismo culturale, rendendolo fiscalmente vantaggioso per aziende e privati (elaborata in collaborazione con i ministeri della Sicurezza e Giustizia e con il Ministero delle Finanze); la formulazione nel 2011 della politica in materia di patrimonio culturale e pianificazione territoriale, che contiene le linee guida dell'attuale gestione dei monumenti e la loro integrazione nella pianificazione del territorio (elaborata con il Ministero delle Infrastrutture e dell'Ambiente); la condivisione delle responsabilità nelle relazioni culturali internazionali con il Ministero degli Affari Esteri, responsabile degli addetti culturali nelle ambasciate

che rappresentano la cultura olandese all'estero, delle attività svolte nell'ambito del Consiglio d'Europa e dell'UNESCO e delle regioni geograficamente strategiche per le attività culturali. Entrambi i ministeri elaborano progetti per stimolare progetti culturali internazionali attraverso fondi dedicati al rafforzamento della cultura olandese sul mercato internazionale; la definizione di uno schema di aiuti che destina una certa percentuale dei costi sostenuti dal Governo per progetti edilizi all'acquisto di opere d'arte (con il Ministero dell'Interno e delle Relazioni del Regno); ecc.

Il Ministero si articola<sup>82</sup> in quattro Direzioni Generali:

1. Educazione primaria e secondaria
2. Cultura e media;
3. Educazione superiore, scienze ed emancipazione;
4. Servizi all'educazione

Le DG vengono coordinate da un Segretario Generale, al quale fanno riferimento due Ispettorati generali. Per quanto è qui rilevante, alla DG Cultura e media fanno capo i tre dipartimenti che implementano la maggior parte delle politiche ministeriali:

- Patrimonio culturale e arti;
- Media e industrie culturali;
- Politiche internazionali.

Alla medesima Direzione sono inoltre subordinate, pur con maggiori gradi di autonomia, l'Agenzia nazionale del patrimonio, gli Archivi nazionali e il Consiglio della Cultura.

L'Agenzia per il Patrimonio Culturale (RCE - Rijksdienst Cultureel Erfgoed) è responsabile per la conservazione e la manutenzione del patrimonio culturale nei Paesi Bassi. Su mandato del Ministero individua gli edifici che devono essere conservati per il loro valore storico e culturale.

L'Ispettorato per il Patrimonio Culturale (Erfgoedinspectie) garantisce il rispetto della legge sul patrimonio, promuovendone il miglioramento nella gestione e nella cura. In caso di incidenti e calamità, l'ispettorato adotta i provvedimenti necessari; agisce da organo consultivo del Ministro riguardo la qualità e l'efficacia della legislazione sul patrimonio culturale. Non tutti gli edifici del patrimonio sono sotto la tutela dell'Ispettorato: è principalmente il caso degli edifici governativi, che vengono gestiti da un'agenzia dedicata (Rijksgebouwendienst), parte del Ministero degli Interni e delle Relazioni del Regno. Il Rijksmuseum di Amsterdam è un esempio delle sue competenze.

Coerentemente con i principi che ispirano l'azione del governo in campo culturale, il Ministero si avvale di un organo consultivo autonomo, Il Consiglio per la Cultura (Raad voor Cultuur) che fornisce pareri sui principi e l'attuazione delle politiche culturali. Il peso del Consiglio nella definizione delle politiche è determinante: a titolo di esempio, la serie di raccomandazioni che hanno definito l'agenda politica culturale degli ultimi anni (relativa al periodo 2013-2016), dal titolo, "Raccomandazione per tagli di bilancio alla cultura 2013-2016: scelte necessarie" (Advies bezuinigingen voor de Cultuur

<sup>82</sup> L'organigramma del Ministero è disponibile su <http://www.government.nl/ministries/ocw/organisation>

2013-2016 Noodgedwongen keuzen), è stata elaborata dal Consiglio stesso. Il modello di collaborazione tra amministrazione e comitati è replicato a livello locale, sia comunale che provinciale: è ad esempio molto attivo il Consiglio delle Arti di Amsterdam.

#### *Relazioni inter-amministrative*

I tre i livelli di governo perseguono obiettivi di politica culturale relativamente autonomi: per questo motivo, la cooperazione tra il governo centrale, le province e i comuni è regolata da appositi meccanismi, soprattutto al fine di evitare l'eccessiva burocratizzazione, la frammentazione e l'inefficacia delle politiche. Il quadro di riferimento per tale coordinamento è sancito nel documento "Quadro Generale per le Relazioni Intergovernative".

Il quadro si basa sulla consultazione tra l'organizzazione "ombrello" delle province (Coordinamento Interprovinciale per la Cultura o IPO - Interprovinciaal Overleg Cultuur), quella dei comuni (Associazione dei comuni olandesi, VNG - Vereniging van Nederlandse Gemeenten) e il Governo centrale e definisce le priorità politiche e la distribuzione delle finanze e i programmi dedicati alla cultura; definisce inoltre, in alcuni casi, nuove divisioni delle competenze tra i tre livelli di governo. Tutte le questioni che riguardano il collegamento tra le politiche del Governo centrale e quelle di province e comuni vengono discusse su base annua.

Gli accordi e piani strategici per la cultura nel periodo 2013-2016 sono incorporati nel recente quadro di riferimento generale. In termini generali, il Governo centrale è responsabile per il quadro finanziario e legislativo, mentre le province si assumono la responsabilità per la distribuzione regionale e il mantenimento delle istituzioni al di fuori dei confini comunali. I comuni hanno il compito di: 1) consentire il funzionamento delle istituzioni; (2) fornire indicazioni politiche; e (3) garantire la diversità e la qualità dei servizi.

#### **Struttura del patrimonio nazionale**

La struttura qui delineata riflette il momento di radicale trasformazione strutturale del sistema culturale pubblico dei Paesi Bassi avviato nel 2011, che entrerà a gradualmente regime e prevedrà ulteriori aggiustamenti a partire dal 2017. La panoramica mostra dunque alcuni aspetti della riforma che sono già stati implementati ed altri che sono tuttora in corso di revisione. Il quadro complessivo del processo in corso viene presentato nel par. 1.3

L'Agenzia per il Patrimonio Culturale (RCE) censisce annualmente il patrimonio dei Paesi Bassi, suddividendolo sulla base delle proprie competenze in patrimonio mobile, monumenti registrati (che includono i siti archeologici), paesaggi e insediamenti storici

Nel patrimonio mobile rientrano principalmente:

- la "Collezione di Stato", una raccolta di circa 100.000 oggetti che l'Agenzia suddivide in "belle arti" e "arti applicate" a seconda della tipologia, in prestito permanente presso i musei.
- la "Collezione Olandese", che include la precedente e altri oggetti d'arte, in buona parte gestiti da chiese, università, autorità locali e aziende storiche.

Tra i monumenti registrati rientrano circa 60.000 edifici protetti (circa 36.000 abitazioni e 24.000 altri edifici storici) e circa 1500 siti archeologici di importanza nazionale (su un insieme stimato di 13.000 non registrati). I siti culturali di competenza delle municipalità sono stimati attorno ai 40.000.

Nei paesaggi e insediamenti storici rientrano 445 aree di pertinenza di città e paesi.

Il numero dei musei olandesi non è facilmente determinabile. Il Ministero, nella pubblicazione annuale sui dati e i trend del settore culturale, pubblica i dati dell'Istituto Nazionale di Statistica (che censisce nel 2011 788 musei) e quelli dell'Associazione dei Musei Olandesi (che riporta i dati relativi a 260 dei complessivi 413 associati nel 2013).

Gli archivi pubblici sono 117, quelli privati (ecclesiastici, collezioni audiovisive, centri di documentazione) 93.

Il Ministero fornisce una panoramica più dettagliata dei soggetti che rientrano e vengono finanziati nell'ambito della "infrastruttura di base per la cultura" (BIS). Si rimanda al par.2 per maggiori dettagli.

### ***Strategia culturale nazionale e riforma delle politiche culturali***

La politica culturale nazionale viene rinnovata nel quadro delle disposizioni della Legge per le Politiche Culturali (Wet op het specifiek cultuurbeleid), del 1993. La legge stabilisce le modalità con cui la politica culturale viene definita, tra cui l'obbligo del Governo di presentare in Parlamento un Piano di politica culturale ogni quattro anni. Il piano quadriennale presenta le attività future e analizza i risultati ottenuti nel periodo precedente. Inoltre regola la possibilità che il Governo rilasci sovvenzioni a province e comuni. Nel 2009 è stato inserito un emendamento secondo il quale le richieste di sovvenzioni provenienti da piccole istituzioni culturali e aziende non rientrano più nel ciclo quadriennale delle politiche culturali, ma vanno presentate ai fondi culturali pubblici (esposti nel paragrafo relativo al finanziamento delle attività culturali).

In questo quadro, nel giugno 2011, l'allora Segretario di Stato Halbe Zijlstra ha presentato il memorandum per le politiche 2013-2016 intitolato "Oltre La Qualità: Una Nuova Visione Della Politica Culturale" (Meer dan quality; een nieuwe visie op cultuurbeleid). In questo documento ha rivelato il piano per la realizzazione di tagli alla spesa culturale, prossimi al 25% del budget governativo complessivo. L'obiettivo del piano è ridurre la dipendenza del settore culturale dal finanziamento pubblico e aumentare il ruolo dei finanziamenti privati e dell'imprenditorialità. Le aree prioritarie per il periodo 2013-2016 sono:

- Partecipazione culturale e istruzione. Il Governo si propone di introdurre i bambini e i giovani alla cultura nel corso della loro istruzione e dare loro la possibilità di sviluppare i propri talenti in questo ambito, come creatori o consumatori, a titolo professionale o amatoriale. Le principali preoccupazioni della politica in questo senso sono la qualità della formazione culturale, l'esperienza degli insegnanti, e la cooperazione tra le scuole e le organizzazioni culturali.
- Innovazione e sviluppo dei talenti. L'Olanda è al quinto posto tra le economie più innovative dell'Unione Europea. Al fine di stimolare nuove innovazioni e sviluppare talenti, il Governo si concentra su tre punti: (1) aumentare l'educazione artistica; (2) sviluppare talenti all'interno di grandi istituti piuttosto che in quelli di piccole dimensioni; e (3) sovvenzioni specifiche basate su progetti provenienti dai fondi pubblici per la cultura. Si afferma inoltre la forte attenzione del governo per il valore aggiunto delle industrie creative nell'ambito socio-economico.
- Filantropia e imprenditorialità. L'obiettivo di stimolare l'imprenditorialità e di "donare alla cultura" è quello di ridurre il divario tra il settore culturale (artisti e organizzazioni) e i

potenziali finanziatori (privati e imprese). Questa è, in primo luogo, responsabilità del settore culturale e il Governo si è impegnato a sostenere questo processo fino al 2016.

- Internazionalizzazione. Gli artisti e le organizzazioni culturali sono primariamente responsabili del miglioramento della posizione internazionale del settore culturale. Il Governo ha un ruolo modesto nel facilitare lo scambio culturale: crea un ambiente favorevole. Il Governo, nel piano di politica culturale internazionale, si concentra sulla prospettiva economica.

Nell'ambito di queste quattro priorità, il Governo ha tradotto in termini operativi le politiche e i tagli di bilancio previsti, secondo le seguenti linee:

- i migliori istituti internazionali, come la Royal Concertgebouw Orchestra, il Rijksmuseum e il Netherlands Dance Theatre, vengono rafforzati attraverso scelte mirate delle istituzioni e degli artisti da finanziare all'interno dell'Infrastruttura nazionale di base;
- le biblioteche e i beni culturali vengono il più possibile risparmiati dai tagli di bilancio;
- gli artisti godono di un sostegno prioritario da parte delle istituzioni;
- il Governo si impegna in un ulteriore sforzo nel sostenere le industrie creative (con la creazione di un fondo e l'inclusione delle ICC tra i settori prioritari di eccellenza - *topsectoren*<sup>83</sup>);
- viene definito un quadro fiscale per favorire la partecipazione privata al finanziamento della cultura (v. par. 1.4)

A seguito di questo programma politico, è stato formulato, sempre nel 2011, il documento “Scegliere *Kiezen voor Karakter* che può essere considerato come la fase successiva del piano applicato al campo della modernizzazione della cura dei monumenti. Questa fase si concentra sul rapporto tra la cura per il patrimonio culturale come parte integrante di sfide regionali di sviluppo nel campo dell'economia, della sicurezza e della sostenibilità. Il Governo centrale si aspetta che la visione proposta nel documento incoraggi i governi locali, i proprietari, sviluppatori e progettisti dello spazio a sfruttare al massimo il valore del patrimonio culturale per lo sviluppo regionale. La nuova politica enfatizza il valore economico del patrimonio culturale.

Nel 2013 il Ministro ha presentato una dichiarazione riguardo i musei intitolata “Rafforzarsi Attraverso la Cooperazione” (*Samen werken, Samen Sterker*), nella quale esplicita la sua visione sul sistema museale e propone alcune misure per migliorarlo. Si pone l'accento in particolare sulla necessità di una maggiore cooperazione tra i musei per sviluppare la conoscenza, la conservazione e l'organizzazione delle collezioni pubbliche e facilitare il loro accesso da parte del pubblico. Le indicazioni politiche sono basate sulla constatazione delle principali criticità del sistema. Attualmente, una parte importante di molte collezioni è tenuto nei depositi, i musei non stanno ancora sfruttando appieno la rivoluzione digitale; le sponsorizzazioni sono diminuite a causa della recessione economica. Per superare queste carenze, il ministero sottolinea appunto l'importanza della cooperazione, per stimolare la quale vengono stanziati 2 milioni di euro all'anno fino al 2017. Il Ministro ha inoltre espresso la volontà di elaborare una Legge sui Beni Culturali che tutelerà le collezioni museali di

<sup>83</sup> *Samenvatting Innovatiecontract Topsector Creative Industries*, (2012).

livello nazionale. Questa legge incorporerà le vigenti leggi sulla cultura, definendo un nuovo quadro legale complessivo.

Nel medesimo programma, il Ministro della Cultura sottolinea infine l'importanza di aumentare la digitalizzazione dei musei. L'obiettivo dichiarato è quello di rendere le collezioni più accessibili e far crescere il bacino di utenza, stimolando il pubblico a visitare personalmente i musei. Viene inoltre riconosciuto che lo sviluppo digitale è fondamentale per la ricerca scientifica applicata all'arte.

### ***Opportunità e sfide del settore culturale nel contesto della riforma in corso***

Alla luce del quadro delineato, appare evidente che i prossimi anni saranno caratterizzati da una serie di sfide importanti nel settore delle politiche culturali nazionali. Le linee guida sono così state individuate:

- nel 2017 inizierà il processo di riorganizzazione del sistema museale olandese. Nell'ambito di tale progetto verrà creata la *Core Netherlands Collection*, una grande collezione olandese caratterizzata da un uso più efficiente delle risorse pubbliche per servire obiettivi sociali, culturali ed economici.
- il governo assumerà la responsabilità di creare un sistema museale coerente sulla base di catene di cooperazione tra i musei, rafforzando il ruolo dell'Associazione Museale Olandese (NWX) come organizzazione di riferimento del settore
- il Servizio Nazionale per il patrimonio culturale (RCE) si occuperà della valutazione e selezione delle collezioni pubbliche che confluiranno in questo progetto (provvedimento in parte attuato). Le collezioni e opere d'arte selezionate formeranno la *Netherlands Core Collection* (v. sopra), che otterrà maggiore protezione e tutela. Queste due operazioni di sviluppo verranno inquadrare in un *Heritage Act* che definirà le responsabilità e i ruoli delle diverse autorità governative, dei proprietari delle collezioni, le dinamiche e le procedure del sistema creato.
- l'agenda sull'educazione culturale rappresenta un'altra sfida e opportunità importante. L'educazione culturale include sia lo scambio generico di conoscenza e l'educazione proposta all'interno ed esterno delle scuole. Al fine di valutare gli sviluppi di tale politica, verranno sviluppati dalle autorità governative e dalle istituzioni museali degli indicatori di performance per monitorare e valutare la qualità e la quantità di cooperazioni intraprese tra le scuole e i diversi settori sociali. (Raad voor Cultuur, 2014).

### **Collaborazioni pubblico - privato**

#### ***Modelli di cooperazione e forme di finanziamento***

Prima della creazione di fondi di finanziamento statali, il sistema di sostegno culturale nei Paesi Bassi si basava sull'iniziativa privata e le associazioni sociali. Nella seconda metà del XIX secolo, con l'apertura di nuovi ed importanti musei per lo più in collaborazione con i comuni, e successivamente dopo la seconda guerra mondiale, il governo ha intensificato la sua azione politica nel campo delle arti e della cultura, al punto che dal 1960 in poi quasi tutti i principali istituti ricevevano sovvenzioni statali, pur continuando ad essere gestiti da consigli di amministrazione privati.

Verso la fine del secolo scorso questi modelli di organizzazione pubblico-privato sono tornati alla ribalta. Negli anni Novanta, in conseguenza dell'affievolirsi del sostegno pubblico da parte del

governo centrale e dei comuni, i musei sono stati privatizzati, diventando fondazioni con una gestione autonoma e separata dagli enti pubblici erogatori dei finanziamenti. A causa della crisi economica del 2008 e della crescente attenzione sul dibattito relativo al valore della cultura, le istituzioni culturali hanno dovuto dedicare maggiore energia all'ottenimento di introiti privati.

### ***Associazioni private e fondazioni***

Oltre alle sovvenzioni governative i finanziamenti provengono anche da associazioni private e fondazioni. Alcune fondazioni private, come ad esempio la Fondazione Culturale Principe Bernhard (Prins Bernhard Cultuurfonds) e la Fondazione VandenEnde, hanno specifiche finalità sociali e culturali, definite nei rispettivi statuti. La Fondazione Culturale Principe Bernhard è una delle più importanti fondazioni culturali private del paese e si occupa della conservazione del patrimonio naturale e culturale sostenendo più di 3 500 tra iniziative e progetti ogni anno. La Fondazione VandenEnde è stata istituita nel 2001 e il suo obiettivo è quello di promuovere l'imprenditorialità culturale e stimolare l'interesse dei giovani per la cultura; offrendo principalmente borse di studio a giovani di talento.

### ***Associazioni di amici e volontariato***

Il volontariato, le associazioni di "amici" delle istituzioni culturali, la partecipazione della società alle attività artistiche e culturali pubbliche e le arti amatoriali hanno un ruolo importante nel panorama sociale dei Paesi Bassi. Il Ministero monitora questi aspetti e vi interagisce, promuovendoli e sostenendoli anche attraverso misure attuate nel campo delle proprie competenze formative (politiche dell'educazione).

La rilevanza delle associazioni e del volontariato, ad esempio, appare evidente se si considera che un numero crescente di istituzioni culturali sovvenzionate dal settore pubblico si avvalgono anche del contributo di associazioni di amici o sistemi di supporto privati, organizzazioni che operano grazie alle risorse raccolte mediante quote associative, donazioni e lasciti. Questo tipo di sostegno è importante per molti settori ma soprattutto per quello museale, non soltanto per gli aspetti finanziari: generano infatti una forte identificazione e un diffuso sostegno sociale nei confronti dell'istituzione sostenuta (si pensi che il Royal Concertgebouw ha una associazione di amici che conta più di 20 000 membri). Circa 250 000 persone sostengono, con modalità diverse, i numerosi musei olandesi (Smithuijsen e Van Woersem, 2013; Vinkenburg 2013).

Negli ultimi anni la dipendenza delle istituzioni culturali dai volontari è aumentata. Nel settore museale il loro numero è aumentato del 59% nel decennio tra il 2001 e il 2011. Nel 2011, il numero complessivo di volontari nei musei era 28 364 e rappresentava il 73% della forza lavoro complessivo nei musei (in termini di persone impegnate); sempre nel 2011 la quota di volontari ha raggiunto il 44% nel settore delle biblioteche e del 63% nel settore della musica pop (Cultuur in Beeld, 2013). In generale, gli istituti minori attirano un numero relativamente alto di volontari. Nel settore artistico amatoriale i volontari svolgono un ruolo estremamente importante, come testimonia il fatto che nel 2009 un milione di persone sono state attive in questo settore organizzando mostre e performance, fino a ricoprire ruoli di primo piano in organizzazioni artistiche amatoriali.

Nel 2009, i volontari hanno dedicato tra le quattro e ventotto ore al mese ad attività legate alle arti amatoriali. In media, 28 ore al mese sono state dedicate ad attività di volontariato legate ai nuovi media (fotografia, film), 21 ore alla musica strumentale e 19 ore alle arti visive.

### **Misure per attrarre capitali privati**

Come illustrato precedentemente, il governo sta attuando una politica per rendere il settore culturale meno dipendente dai finanziamenti pubblici, mettendolo in grado di attrarre maggiori risorse da fonti private.

Uno dei programmi che perseguono questo obiettivo è il Programma per l'Imprenditorialità Culturale (2012-2016), che sostiene organizzazioni culturali e produttori con servizi di consulenza e formazione per aumentare le capacità di gestire imprenditorialmente le attività e accedere a finanziamenti alternativi.

A fronte di un calo delle donazioni registrato negli ultimi anni (nel 2009, su un totale di 4,7 miliardi di euro per cause benefiche, il settore culturale intercettava 454 milioni; nel 2011 il totale era sceso fino a 4,3 miliardi, di cui 287 milioni alla cultura), il governo ha varato nel 2012 una nuova legge (Geefwet) che incentiva le donazioni dei privati, singoli e aziende, alle organizzazioni che hanno scopi di pubblica utilità (ANBI).

In generale i privati possono dedurre le donazioni entro il limite annuo del 10% del proprio reddito lordo (ma non possono essere dedotte le donazioni inferiori all'1% del reddito lordo annuo o comunque inferiori a 60€). Le donazioni annuali ripetute per un periodo di almeno cinque anni consecutivi sono interamente deducibili (non ci sono limiti agli importi delle donazioni e alla deducibilità).

Per il periodo 2012 – 2016, nel caso di donazioni a istituzioni culturali (sia da parte di privati che di società), è stato introdotto un moltiplicatore che aumenta l'ammontare deducibile per il donatore. Tale moltiplicatore è del 25% per i privati e del 50% per le società. Le società possono dedurre le donazioni alle ANBI fino al 50% del loro utile entro un massimo di 100.000€.

### **Sponsorizzazioni**

Un'altra fonte di finanziamento alla cultura è rappresentata dal contributo delle imprese alle istituzioni e strutture culturali.

Nel 1990, il Ministero dell'Istruzione, della Cultura e della Scienza ha elaborato un regolamento per gli sponsor di eventi culturali, chiamato Culture Sponsor Code (Code Cultuursponsoring) che definisce le norme che regolano i rapporti con gli sponsor e il quadro di riferimento per gli accordi di sponsorizzazione. L'aspetto più importante del regolamento è che, in linea di principio, lo sponsor non può influenzare il contenuto delle attività organizzate dal partner culturale pubblico. La maggior parte delle grandi banche, tra cui ABN AMRO e Rabobank, hanno dei propri dipartimenti interni che si occupano di sponsorizzazione alla cultura.

### **Crowdfunding**

La pratica del crowdfunding è sempre più popolare nei Paesi Bassi. Dal momento che i tagli di bilancio dello Stato alla cultura sono stati annunciati nel 2011, molti artisti e istituzioni hanno iniziato a utilizzare il modello di crowdfunding per finanziare i propri progetti. Nei Paesi Bassi, data la sua vasta gamma di piattaforme digitali di crowdfunding, la quantità di denaro raccolta in questo modo è aumentata esponenzialmente da 0,5 milioni di euro nel 2010, a 2,5 milioni di euro nel 2011 e 14 milioni di euro nel 2012. Dei 14 milioni di euro raccolti nel 2012, 1,9 milioni di euro è andato a progetti creativi. Nel 2012, dei 570 progetti e istituzioni finanziate dal crowdfunding, 262 erano di natura creativa.

## Risorse

### *Struttura del budget culturale*

Uno dei ruoli principali del Ministero è sostenere dal punto vista finanziario gli istituti artistici e culturali pubblici e privati di interesse nazionale: sovvenziona quindi i musei che raccolgono collezioni di importanza nazionale, orchestre sinfoniche di eccellenza, l'opera, compagnie teatrali e di danza e alcune ulteriori organizzazioni. Il Governo centrale è anche responsabile della biblioteca nazionale digitale, dei monumenti di importanza nazionale e del sistema nazionale pubblico radiotelevisivo.

Come per la governance, la spesa pubblica per la cultura nei Paesi Bassi, è organizzata secondo i tre livelli di governo. Considerando le spese culturali complessive, sono i comuni a risultare i principali contributori (circa 60%), seguiti dallo stato (circa il 30%)<sup>84</sup>.

La spesa del governo per la cultura viene prevalentemente concentrata attraverso un sistema che comprende l'Infrastruttura culturale di base (BIS) e sei di fondi tematici, attraverso i quali sono finanziati per cicli quadriennali corrispondenti ai Piani per la cultura le istituzioni culturali e i soggetti che operano nell'area di competenza di ciascun fondo. La struttura del sistema è illustrata nella seguente tabella.

---

<sup>84</sup> Questo non vale per il finanziamento dei media, che nonostante rientrino nella contabilità culturale vedono una netta prevalenza del finanziamento governativo rispetto a quello locale.

**Tabella 17. Infrastruttura Nazionale di Base (BIS) - 2013-2016**

| Infrastruttura Nazionale di Base 2013-2016              |  |
|---------------------------------------------------------|--|
| 9 compagnie teatrali                                    |  |
| 8 compagnie teatrali giovanili                          |  |
| 4 compagnie di danza                                    |  |
| 9 orchestre sinfoniche                                  |  |
| 3 compagnie di opera                                    |  |
| 3 festival (2 cinematografici / 1 di arte performativa) |  |
| 30 musei                                                |  |
| 6 spazi espositivi per arti visuali                     |  |
| 12 organizzazioni a sostegno per specifici settori      |  |
| Fondi Pubblici per la Cultura                           |  |
| Fondo Nazionale per le Arti Performative                |  |
| Fondo per la Partecipazione culturale                   |  |
| Fondo Mondriaan                                         |  |
| Fondo Nazionale per le Industrie Creative               |  |
| Fondo Nazionale per il Cinema                           |  |
| Fondo Olandese per la Letteratura                       |  |

Fonte: Cultuur in Beeld (2014)

L'impatto della riforma in corso ha pesantemente ridimensionato il numero di strutture beneficiarie del finanziamento governativo e il suo ammontare, come illustrato nella tabella seguente.

**Tabella 18. Numero di istituzioni finanziate e contributi - BIS e fondi (2012-2013)**

|                                           | Numero di istituzioni sovvenzionate (2012) | Finanziamento (milioni, 2012) | Numero di istituzioni sovvenzionate (2013) | Finanziamento (milioni, 2013) | Differenza istituzioni finanziate (%) | Differenza finanziamento (%) |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|------------------------------|
| BIS                                       | 172                                        | 410,6                         | 86                                         | 338,1                         | -50                                   | -18                          |
| Fondo Nazionale per le Arti Performative  | 118                                        | 39,3                          | 82                                         | 27,7                          | -31                                   | -29                          |
| Fondo per la Partecipazione e culturale   | 26                                         | 5                             | 18                                         | 3                             | -31                                   | -40                          |
| Fondo Nazionale per le Industrie Creative |                                            |                               | 10                                         | 2,7                           |                                       |                              |
| Fondo Nazionale per il Cinema             |                                            |                               | 3                                          | 0,8                           |                                       |                              |
| Fondo Olandese per la Letteratura         | 3                                          | 0,2                           | 8                                          | 1,2                           | 167                                   | 500                          |
| Fondo Mondriaan                           | 27                                         | 2,3                           | 21                                         | 2,1                           | -22                                   | -9                           |
| <b>Totale Fondi</b>                       | <b>174</b>                                 |                               | <b>142</b>                                 | <b>37,5</b>                   |                                       |                              |

Fonte: Cultuur in Beeld (2014)

Il Consiglio per la Cultura effettua una valutazione dei fondi culturali pubblici ogni quattro anni, in vista della successiva allocazione quadriennale. Oltre al finanziamento pubblico, diverse fondazioni private intervengono nel finanziamento delle arti e della cultura. Tra esse la Fondazione VandenEnde, la Fondazione Culturale Principe Bernhard (Prins Bernhard Cultuurfonds) e Buma Culture (Buma Cultuur). Anche i media hanno propri organismi di finanziamento: il Fondo Olandese per i Media Culturali (Mediafonds), il Fondo Nazionale di Co-produzione e Emittenza Pubblica (Co-productiefonds Binnenlandse Omroep) e il Fondo di Incentivazione per la Stampa (Stimuleringsfonds voor de Pers).

## ICC

### *Definizione e valore economico*

Le ICC sono nei Paesi Bassi oggetto di una politica trasversale del governo dedicata ai “topsectoren”, i settori di punta dell’economia. Avviata nel 2011, tale politica consiste nel gestire i nove<sup>85</sup> settori innovativi più promettenti dei Paesi Bassi con strumenti e risorse dedicate, garantendo

<sup>85</sup> Agri-food, orticoltura e materiali di propagazione, tecnologie, energia, logistica, industrie creative, scienze naturali/ della vita, chimica, acqua, servizi per i quartier generali di impresa.

agli operatori che vi operano buone condizioni di sviluppo e mettendoli in grado di svolgere una funzione di “traino” per tutta l’economia.

Le politiche per questi settori sono basate su una serie ben definita di misure, declinate per ciascuno secondo modalità differenti ma accomunate da:

- una governance fondata sulle competenze (il governo non effettua proposte ma individua per ciascun settore un team di esperti titolati a farlo. Ciascun settore è coordinato da un “Consiglio” di questo tipo);
- definizione di piani d’azione periodici che prevedono obiettivi e attività per raggiungerli, sottoposti a valutazione;
- una rete di istituti nazionali specializzati, dedicati alla ricerca di eccellenza, e una forte interlocuzione con le associazioni di categoria;
- una forte proiezione internazionale garantita dalla rete delle ambasciate e dei consolati.

All’interno di questo quadro si collocano le ICC, che rispetto ad altri settori presentano comunque delle specificità. In termini economici, l’industria creativa un dei Paesi Bassi ha infatti un ruolo modesto: con una produzione attorno ai 21 miliardi di euro e quasi 11 miliardi di euro in valore aggiunto nel 2012, rappresenta circa il 2% dell’economia, una quota relativamente bassa rispetto agli altri settori “top”. A differenza degli altri settori, fortemente orientati all’esportazione, l’industria creativa è inoltre prevalentemente fornitore di servizi rivolti al mercato interno.

È estremamente rilevante il dato relativo al numero di imprese: vi rientrano oltre 130 mila aziende, quasi il 10 per cento delle aziende olandesi, registrando peraltro un trend in crescita; il dato è giustificato dalla dimensione dell’impresa, il cui numero medio di occupati è inferiore ai due impiegati a tempo pieno, e alla bassa intensità di capitale, che consente la creazione d’impresa senza l’onere di ingenti investimenti. La produttività del lavoro è la minore tra quelle dei settori di eccellenza, proprio a causa dell’alta intensità di lavoro che caratterizza il comparto (fanno eccezione i settori dei media e

Tra il 2010 e il 2012 il numero di imprese è aumentato in modo estremamente significativo, registrando un saldo positivo tra nuove aperture e chiusure di oltre 7000 unità. L’occupazione nelle ICC tende inoltre ad essere altamente qualificata (il 47% degli impiegati è laureato) anche rispetto agli altri settori di eccellenza (media: 30%).

Si registra una marcata tendenza all’aggregazione urbana, soprattutto nelle aree settentrionali del Randstad (l’asse Amsterdam-Hilversum-Utrecht-Amersfoort), senza che si registri tuttavia una particolare correlazione tra ripartizione settoriale e aree geografiche. Si sviluppano in alcuni casi dei sub-cluster, come quello dei media di intrattenimento, dei film e dei videogiochi, concentrati a Utrecht.

Dall’introduzione delle politiche per i settori di eccellenza (2011) a oggi la definizione delle ICC è comparsa nei documenti ufficiali con perimetrazioni ma soprattutto aggregazioni differenti<sup>86</sup>. Quella più recente utilizzata nella definizione dei “topsectoren” prevede quattro sotto-settori:

- arti;

<sup>86</sup> Cfr. per esempio “Designing a country. Creative Industries in the Netherlands” (2014), Ministero dell’Educazione, Cultura e Scienze e “Monitor topsectoren 2014” (2014), CBS.

- beni culturali;
- media e industria dello spettacolo;
- servizi creativi alle imprese.

Ciascuna aggregazione comprende a sua volta differenti settori, identificati avvalendosi della classificazione locale delle attività economiche (Standaard Bedrijfsindeling, SBI) modellata sul sistema NACE.

### ***Il sistema degli attori***

Dal punto di vista dei soggetti, istituzionali e del mondo produttivo, che si occupano di ICC, il momento attuale vede la trasformazione, la soppressione e l'accorpamento di numerosi istituti fino a pochi anni fa di riferimento per gli operatori. La mappa dei soggetti rilevanti pubblicata nei più recenti documenti<sup>87</sup> del Ministero prevede oggi tre categorie di attori, facenti capo al sistema pubblico, agli istituti di ricerca e alle associazioni di categoria, coordinati dal Consiglio della Creatività, l'insieme degli esperti del settore culturale e creativo che, secondo lo schema dei "topsectoren", ne definisce le politiche.

Il sistema pubblico è costituito dai ministeri direttamente coinvolti (Educazione, Cultura e Scienze; Economia; Affari Esteri) e da tre istituzioni specificamente competenti, recentemente costituite: il Fondo Industrie Creative e il Nuovo Istituto, che dipendono dal Ministero dell'Educazione, Cultura e scienze; l'Agenzia per le Imprese, dipendente dal Ministero dell'Economia.

**Il Fondo Industrie Creative** (*Stimuleringsfonds*), nato per parziale accorpamento di precedenti fondi tra cui il "Fondo per l'Architettura", è stato istituito nel 2013. Si articola in programmi, alcuni dedicati a specifici settori (architettura, design, cultura digitale) e altri a tematiche trasversali (internazionalizzazione, sviluppo dei talenti, programmi "crossover"). Le funzioni svolte attraverso i programmi includono principalmente due aree: l'erogazione di finanziamenti per sviluppare imprese creative (attraverso bandi e concorsi) e la formazione/assistenza ai professionisti in funzione di costruzione di business. Il Fondo ha un budget annuale di circa € 16.000.000, per la maggior parte finanziato dal Ministero dell'Educazione, della Cultura e della Scienza e integrato da contributi del Ministero degli Affari Esteri per le attività nel campo dell'internazionalizzazione e del Ministero delle Infrastrutture e dell'Ambiente per il programma AARO (Agenda per l'Architettura e Progettazione del territorio).

**Il Nuovo Istituto** (*Het Nieuwe Instituut*) è l'istituzione nata dalla fusione dell'Istituto Olandese di Architettura, del Premisla -Istituto Olandese per il Design e la Moda e della Piattaforma Virtueel, l'istituto industriale per la cultura. Fa parte della BIS per il periodo 2013-2016 e si occupa di sviluppare progetti relativi alla creatività in senso lato. Organizza mostre e corsi e pubblica approfondimenti tematici sulla base di un programma editoriale articolato per argomenti (Paesaggio e interni; Oggetti e materiali; un tema a rotazione annuale).

**L'Agenzia Olandese per l'impresa** (*Rijksdienst voor Ondernemend Nederland, RVO*) è l'agenzia pubblica dedicata allo sviluppo delle imprese. Si occupa principalmente di fornire sostegno alle aziende (sotto forma di sussidi, assistenza nella ricerca di partner, know how e consulenza in materia di adempimenti legali e regolamentari) ed è uno dei principali strumenti del governo per

<sup>87</sup> Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap [Ministry of Education, Culture and Science], (2014), "Designing a country".

sostenere attivamente i settori di eccellenza, per i quali gestisce programmi dedicati. È stata istituita mediante la fusione di precedenti istituzioni con funzioni analoghe nel 2014.

Le associazioni di categoria sono gli interlocutori settoriali riconosciuti che il Consiglio della Creatività consulta per sviluppare politiche settoriali mirate e sono collettivamente rappresentate dalla Federazione Olandese delle Industrie Creative (De Federatie Dutch Creative Industries, FDCI).

Il sistema degli istituti di ricerca è composto da sette centri specializzati per settore e da una piattaforma che le coordina, CLICKNL, acronimo di “Creatività, Apprendimento, Innovazione, Co-creazione, Conoscenza”. La principale funzione della piattaforma è sviluppare, attraverso i centri che coordina, progetti basati sulla cross – settorialità.

Nel riassetto dei soggetti e dei finanziamenti alla cultura e ai media rientrano anche le misure specificamente dedicate ai singoli sub – settori, che prima della riforma intrapresa nel 2013 prevedeva per ciascuno una serie di strumenti finanziari (fondi), dotati tuttavia di alcune competenze dirette sulle fasi di realizzazione e diffusione dei prodotti. Anche in questo caso il governo sta ora operando nella direzione di una razionalizzazione delle strutture e dei finanziamenti. E per esempio il caso dei fondi per il settore cinematografico e per quello dei media, descritti nel box sottostante.

**Box 15. I fondi per il cinema e per i media****Netherlands Film Fund**

La maggior parte del bilancio nazionale per il settore cinematografico è distribuito attraverso il Netherlands Film Fund (NFF). Il fondo ha il compito di sostenere la produzione cinematografica nazionale, concentrandosi sulla qualità e la diversità di lungometraggi, documentari, cortometraggi, prodotti di animazione e film sperimentali. Le attività comprendono la partecipazione diretta allo sviluppo, produzione e distribuzione dei prodotti. Svolge inoltre funzioni di una Film Commission, supportando le produzioni sul territorio nazionale e incentivando le produzioni straniere.

Come responsabile dello sviluppo di un ambiente favorevole per l'industria cinematografica nazionale, sostiene inoltre numerose attività correlate attraverso, per esempio, il finanziamento di festival, co-produzioni, formazione individuale per professionisti del settore.

Alla fine del 2013, il Governo ha confermato un forte impegno a favore del settore, stanziando 20 milioni di euro per migliorarne la competitività e per stimolare cineasti stranieri a produrre nei Paesi Bassi. La quota dei film olandesi nei cinema nazionali è aumentata negli ultimi anni, passando dal 14% nel 2007 al 17,4% nel 2013. Fonte: OECD, 2014b, *Tourism and the creative industries*

**I fondi per i media**

Anche i media sono di competenza del Ministero della Cultura; il finanziamento alle attività in questo settore avviene tuttavia attraverso fondi dedicati, che non rientrano nella BIS.

I fondi settoriali sono attualmente tre: il Fondo Olandese per i Media (Mediafonds), il Fondo di Co-produzione per l'Emittenza Pubblica Nazionale (Co-productiefonds Omroep Binnenlandse) e il Fondo di Incentivazione alla Stampa (Stimuleringsfonds voor de pers). Il Fondo Olandese per i Media ha come mission il finanziamento di programmi artistici di qualità da parte delle società di emittenza pubblica e in parte da produttori che lavorano per il sistema pubblico, sia a livello nazionale che regionale. Ha un budget di circa 16 milioni di euro all'anno e sviluppa programmi radiofonici e televisivi in materia di fiction, documentari, film, giovani, nuovi mezzi di comunicazione e arti dello spettacolo. Il fondo, in collaborazione con altre organizzazioni e fondi, promuove anche la produzione di nuovi generi, come i video clip e giochi digitali. Attualmente attivo, sarà tuttavia smantellato nei prossimi anni e i suoi compiti assunti dal servizio pubblico radiotelevisivo.

Al di fuori del sistema di descritto, alcuni soggetti privati svolgono autonomamente funzioni di mediazione e facilitazione, secondo un modello di governance partecipativa e diffusa tuttora tipico nel sistema olandese. Il principale attore di questa categoria è la piattaforma Imprenditorialità della Cultura (Cultuur-Ondernemen), che gestisce in collaborazione con Banca Triodos un fondo privato specializzato nel finanziamento di progetti imprenditoriali di artisti, creativi e istituzioni culturali pubbliche, in particolare i comuni.

***Il caso di Rotterdam: politiche locali per le ICC***

Rotterdam è tutt'oggi una delle città portuali più importanti d'Europa e del mondo. Tuttavia, la città si trova ad affrontare notevoli sfide sociali, tra cui il livello di qualificazione della forza lavoro e una composizione assai variegata della popolazione, che conta numerose minoranze etniche. La città sta cercando di puntare sul proprio potenziale creativo al fine di raggiungere gli obiettivi economici, culturali, urbanistici e di innovazione sociale che si è posta in questi anni. Nelle pagine seguenti viene presentato brevemente il profilo socio-economico della città per poi concentrare l'attenzione sulle politiche e le principali misure ed istituzioni che mirano allo sviluppo delle ICC e delle loro ricadute.

### *Profilo socio-economico*

Rotterdam è la seconda città dei Paesi Bassi, situata nel sud ovest del paese. Conta quasi 620 000 abitanti ed una popolazione molto giovane ed estremamente multietnica: il 50% sono stranieri, di oltre 170 nazionalità diverse.

Sin dal Medioevo, lo sviluppo della città è stato legato al porto in rapida espansione. Nonostante la forte crisi economica degli anni settanta, una politica accorta di sostegno agli investimenti e di rigenerazione socio-economica ha permesso alla città di mantenere la sua posizione come porta europea per le merci da tutto il mondo.

Le amministrazioni cittadine hanno, in vari momenti cercato di ampliare e differenziare le attività economiche, lavorando anche sugli asset culturali e investendo in settori in crescita come l'industria audiovisiva. Si è puntato molto su un'offerta culturale di qualità, particolarmente apprezzata dai “*Dutch connoisseurs*” (Rotterdam Philharmonic Orchestra, la Scapino Ballet modern dance company e la RO Theatre Company) ma anche dal pubblico internazionale (il Rotterdam Film Festival è il più grande dei Paesi Bassi e il quarto festival internazionale di cinema dopo Cannes, Venezia e Berlino; hanno una eccellente reputazione l'International Architecture Biennale Rotterdam e il North Sea Jazz Festival). Alcuni importanti riconoscimenti internazionali hanno coronato queste iniziative: Rotterdam è stata Capitale Europea della Cultura nel 2001 e ha ricevuto il titolo di “Best Festival City of the World” nel 2010.

La città ha inoltre risposto con spirito aperto e innovativo alla profonda trasformazione urbanistica subita a seguito dei bombardamenti della seconda guerra mondiale, che hanno quasi interamente distrutto il centro storico. Il vuoto dello spazio lasciato dalle bombe e l'atteggiamento propenso alla sperimentazione sono probabilmente all'origine dell'importanza che l'architettura ha assunto per la città. L'architetto Rem Koolhaas, nativo di Rotterdam, ha influenzato lo sviluppo di un cluster di studi di architettura e ha rappresentato un importante stimolo per la cosiddetta generazione di “Architetti Superdutch” sviluppatasi nella seconda metà degli anni ottanta.

Tuttavia, la città deve ancora affrontare importanti problemi sociali. Rispetto al resto dei Paesi Bassi, Rotterdam presenta inferiori livelli di istruzione pre-universitaria, che interessa solo una parte dei cittadini; anche a causa della composizione sociale della classe lavorativa delle attività portuali dominanti alla forte presenza di minoranze etniche.

### ***Le politiche per le industrie culturali e creative***

Da oltre quindici anni, Rotterdam investe nelle ICC come strumento di sviluppo economico. Prima di allora la politica culturale aveva il principale obiettivo di garantire ai residenti un'adeguata offerta culturale, che potesse educare ed emancipare la classe operaia. Dalla fine degli anni Ottanta questa politica è stata estesa al supporto della cultura locale quale strumento di promozione: sono di quegli anni i primi investimenti importanti in architettura, che vengono coronati nel 1984 dalla costruzione da parte del governo centrale del nuovo Istituto Nazionale di Architettura.

Gli specifici programmi dedicati alla creazione di impresa e di posti di lavoro mediante sostegno alle ICC vengono elaborati con il nuovo millennio, a partire dalla pubblicazione del documento strategico *Economische Visie 2020* (2005) e dei piani collegati, come “Creativity starts here”. Qui i professionisti della cultura e della creatività sono considerati fonte di innovazione non solo per il contesto culturale e per il tessuto imprenditoriale ad esso più prossimo, ma anche per settori come quello medico o portuale (molto sviluppati nella città ma anche in cerca di nuove soluzioni innovative). I professionisti creativi avrebbero inoltre prodotto benedici in campo sociale per la loro

capacità di attrarre e trattenere personale altamente qualificato. Nel complesso sarebbero infine proseguite le azioni di riqualificazione, continuando nell'opera di rendere la città più attrattiva per residenti e turisti.

In questo contesto, il Governo locale si è ritagliato il ruolo di appoggio e facilitazione rispetto ad iniziative avviate dall'industria stessa. Anche nell'ambito della costruzione di nuovi spazi di lavoro, per esempio, l'intervento del Governo locale è minimo e si tratta per lo più di forme di partenariato pubblico-privato (v. Creative Factory nelle pagine che seguono).

### ***Misure ed istituzioni chiave a supporto delle ICC***

I programmi di lavoro per le ICC degli ultimi anni, così come la più generale politica di supporto all'innovazione e alle PMI creative, hanno portato alla nascita di una serie di iniziative in diversi ambiti, da quello abitativo alla creazione di soggetti preposti alla facilitazione delle collaborazioni inter-settoriali, tra cui si ricordano:

- RDM Campus
- Creative Factory
- Rotterdam Media Commission

#### ***RDM Campus***

Il Campus RDM (Research, Design and Manufacturing) si trova nella zona di City Ports di Rotterdam sul sito di un ex cantiere navale, abbandonato dopo il crollo delle attività di costruzione di navi nel 1980 e la conseguente perdita di 1 370 posti di lavoro.

Nel 2004 il porto di Rotterdam (proprietario degli spazi), l'Albeda College (centro regionale di formazione professionale) e l'Università di Scienze Applicate di Rotterdam (Hogeschool Rotterdam) si sono riuniti per esplorare la possibilità di riqualificare il sito e permettere ai cittadini di riappropriarsi di un'area della città allora del tutto abbandonata. Città e istituti educativi hanno trovato nell'area la possibilità di realizzare obiettivi diversi ma complementari: migliorare il profilo economico dell'ambiente portuale, trovare spazi per ospitare le attività di ricerca, apprendimento e formazione, nonché creare collegamenti con il mondo imprenditoriale.

Il risultato di questa collaborazione è stata una partnership pubblico-privata e la creazione del Campus RDM come componente primario del processo di rilancio della zona di City Ports.

Il campus occupa oggi l'ex complesso "Dokhaven" e include tre spazi: 1) la monumentale sala macchine di 23 000 m<sup>2</sup> ospita l'Innovation Dock, diviso in due parti: il "corridoio educazione" per le due scuole e un "corridoio business" di 12 000 m<sup>2</sup> per le PMI, sostenuto finanziariamente anche da risorse comunitarie (FESR<sup>88</sup>); 2) il Dry Dock (che ospita un centro congressi, uffici e strutture amministrative), e 3) il Porto Dock (un molo per il traghetto veloce che collega il campus al centro della città).

<sup>88</sup> Le autorità portuali hanno investito oltre 120 milioni di euro nel progetto dal 2004. Per lo spazio business, il budget totale ammonta a 7,760 milioni di euro, con un contributo FESR pari a 2,150 milioni di euro.

[http://ec.europa.eu/regional\\_policy/index.cfm/en/projects/best-practices/netherlands/2682](http://ec.europa.eu/regional_policy/index.cfm/en/projects/best-practices/netherlands/2682).

Il Campus ospita anche un “makerspace” con l'ambizione di stimolare la nascita di un'industria manifatturiera creativa. Attrezzature tecniche (come una stampante 3D disponibile in affitto) e competenze della scuola (per esempio architetti del paesaggio) sono condivise con imprenditori, innovatori e start-up.

All'interno della “Innovation Dock” si trova l'incubatore DNAMO, la cui missione è di responsabilizzare le imprese innovative di domani rendendole più sostenibili, facendo enfasi sul design come processo per affrontare le tematiche della sostenibilità.

### *Creative Factory*

La *Creative Factory* occupa un vecchio silo di grano trasformato dal Comune di Rotterdam in un incubatore di imprese creative con un investimento totale di 6 milioni di euro (tra cui fondi FESR). Inaugurato nel maggio 2008, la *Creative Factory* è stato uno dei primi spazi di co-working in Europa. Ospita oltre settanta imprese creative<sup>89</sup> in un unico edificio e offre loro servizi di consulenza per crescere più velocemente grazie a partnership con imprese, istituti di formazione ed enti governativi.

La *Creative Factory* offre anche uffici privati. Nella fase iniziale, grazie ai contributi finanziari dei partner<sup>90</sup>, il Governo locale era in grado di offrire tali spazi, e i servizi connessi, a prezzi calmierati. Questa agevolazione è recentemente venuta meno, e gli affitti si sono allineati ai prezzi di mercato. L'incubatore non riceve attualmente un sussidio pubblico diretto, anche se i costi di affitto rimangono a carico della città.

### *Rotterdam Media Commission*

All'interno delle ICC, il settore dei media è stato a lungo una priorità per la città di Rotterdam. Il consiglio comunale ha investito in modo significativo nel corso degli ultimi anni nel settore, per esempio contribuendo alla nascita di spazi di lavoro come la Schiecentrale e la Creative Factory, e attraverso la creazione di un ambiente creativo tramite il sostegno ai festival e a un fondo di investimento apposito (il Rotterdam Media Fund, attivo fino al 2012). In questo quadro si inserisce la “Rotterdam Media Commission” (RMC) creata per dare ulteriore slancio al settore, sostenendo, promuovendo e “connettendo” il settore dei media, dei videogiochi, dell'e-learning, del cinema e della musica con altri settori economici.

### ***Esiti delle politiche di promozione delle ICC***

Oltre 15 anni di politiche attive sul comparto hanno generato, nelle fasi iniziali, un effettivo aumento dell'occupazione creativa (si è passati dai 7000 agli 11000 occupati tra 1997 e 2002), successivamente assestatosi e rimasto fluttuante attorno ai 10000: una quota relativamente piccola sull'occupazione complessiva (circa 324000). Il fronte del numero di imprese ha invece continuato ad evolvere, passando dalle 1200 unità del 1997 alle 2100 del 2012, ad indicare un deciso calo dimensionale dell'impresa creativa nel corso dell'ultimo decennio.

<sup>89</sup> La Creative Factory, insieme agli altri spazi di lavoro sorti in questi anni, in particolar modo la Van Nelle Factory, Schiecentrale, Schieblock, De Machinist, sono i luoghi a più alta concentrazione di imprese culturali e creative nella città.

<sup>90</sup> Tra i partner della *Creative Factory* figurano: Rabobank (banca commerciale), KPMG (contabilità e consulenza), ARA (agenzia pubblicitaria), HOPE Erasmus University & Technical University of Delft (TU Delft), Hogeschool Rotterdam & Albeda College (formazione professionale), Vestia (società immobiliare), Patto op Zuid (responsabile dello sviluppo dell'area) e la Rotterdam Philharmonic Orchestra.

## Turismo

### *L'economia turistica dei Paesi Bassi*

Il turismo è un settore importante dell'economia dei Paesi Bassi, con un crescente contributo al PIL nazionale (dal 3,2% nel 2010 al 3,6% nel 2013 (CBS, 2014). Secondo i dati del Conto satellite del turismo, l'industria impiega circa 413 000 lavoratori, pari al 4,5% dell'occupazione complessiva<sup>91</sup>.

Nel 2014 i flussi turistici in arrivo nei Paesi Bassi hanno raggiunto i 14 milioni di visitatori. I principali 5 paesi di origine, che totalizzano il 66% dell'inbound, sono: Germania (26%), Gran Bretagna (14%), Belgio (13%), Stati Uniti (8%), e Francia (5%). La spesa del turismo straniero è assestata a circa 14 miliardi di euro.

### *Governance e organizzazione turistica*

Il Ministero dell'Economia è competente per le politiche turistiche a livello nazionale. Le responsabilità del Ministero includono:

- Il finanziamento del *Netherlands Bureau of Tourism and Conventions* (NBTC), l'ente responsabile per il marketing internazionale dei Paesi Bassi;
- La promozione dell'innovazione, dell'imprenditorialità e della sostenibilità;
- Fungere da punto di riferimento all'interno del Governo centrale per le associazioni e gli stakeholder dell'industria turistica.

Le autorità regionali e locali sono responsabili delle politiche turistiche ai rispettivi ambiti territoriali, nei quali hanno competenze sulla realizzazione di prodotti turistici e sulla promozione; operano nel settore turistico prevalentemente attraverso la creazione e lo sviluppo dell'offerta turistica e il finanziamento per le organizzazioni e gli enti responsabili del marketing delle destinazioni regionali e locali, sia sul mercato domestico che internazionale.

<sup>91</sup> OECD (2014), "Netherlands", in *OECD Tourism Trends and Policies 2014*, OECD Publishing.  
<http://dx.doi.org/10.1787/tour-2014-29-en>

### Box 16. Lo storytelling come attrazione turistica

Caratteristica tipica del turismo del Nord Europa è l'utilizzo dello *storytelling* associato all'immagine e al marketing della destinazione turistica, come strumento di sviluppo locale. Tale approccio, di cui i paesi nordici sono stati i precursori, è in grado di aumentare l'attrattiva e la qualità dell'esperienza turistica di un luogo e trarne maggior beneficio economico. Storie e narrazioni avvincenti, oltre a creare o rinforzare nuovi immaginari legati al luogo, possono inoltre legare l'esperienza turistica del consumatore con la cultura e le forme di creatività locali. Uno studio sull'esperienza dei paesi nordici mostra, infatti, che le storie possono fungere da contesto per il coordinamento e la definizione dell'offerta turistica se comunicano in modo efficace e chiaro i valori fondamentali e le caratteristiche proprie della destinazione. La narrativa e lo *storytelling* sono strumenti altamente potenti che viaggiano attraverso il passaparola e i social media, creando domanda turistica nell'area.

Il parco tematico di Efteling, nei Paesi Bassi, per esempio, ha fatto uso della sua lunga tradizione ed esperienza nella narrativa e storytelling legato alle fiabe della tradizione nello sviluppo delle sue attrazioni. Negli ultimi anni si è reinventato come un'organizzazione di produzione di contenuti, diffondendo i propri contenuti anche ad altre regioni e settori creativi (Hover, 2013). L'esperienza maturata grazie allo sviluppo di attrazioni creative viene anche utilizzata per fornire servizi di consulenza ad altre attrazioni ed eventi in questo modo, il contenuto creativo può essere distribuito ben oltre i confini fisici del parco tematico di per sé, aiutando e sostenendo la crescita di un mercato più vasto.

Fonte: OECD, 2014b, *Tourism and the creative industries*

### Box 17. Hieronymus Bosch come fonte di ispirazione per la creatività contemporanea nei Paesi Bassi

La città di Hertogenbosch, città natale di Hieronymus Bosch, è un esempio di applicazione della creatività per promuovere il turismo internazionale. Il contesto è la celebrazione dei 500 anni dalla morte del pittore (2016), che vedrà il dispiegarsi di manifestazioni culturali ed esperienze legate alla storia e all'eredità di Bosch, intesa come ispirazione creativa per il futuro.

La città nel corso dei 500 giorni di festival ospiterà tra le altre:

- una mostra di opere del pittore,
- una programma di contaminazioni artistiche (teatro, danza, arti visive) giocate sui temi rintracciabili nella sua produzione;
- attività del Bosch Heritage Experience, che utilizzando tecnologie virtuali, di animazione e realtà aumentata, per ricreare a beneficio dei visitatori la città del pittore nel 1516;
- il Bosch Research and Conservation Project, per la diffusione della conoscenza sull'arte di Bosch;
- un film sulla vita del pittore ad opera di Peter Greenaway, supportato dal National Tourism Organisation;
- il lancio di un videogioco artistico sviluppato sulla base di una competizione internazionale;
- il Bosch Cities Network che unisce le collezioni che contengono opere del pittore;
- prodotti di merchandising e oggetti di design ispirati alle opere di Bosch.

Fonte: elaborazione da <http://www.bosch500.nl/>



## Riferimenti bibliografici

- Centraal Bureau voor de Statistiek, (2014), “Monitor topsectoren 2014. Uitkomsten 2010, 2011 en 2012”, <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/bedrijven/publicaties/publicaties/archief/2014/2014-monitor-topsectoren-2014-pub.htm>
- InCompass Project, (2012), Report Study Visit Rotterdam 2-3 May 2012, [http://www.incompassproject.eu/study\\_visit\\_rotterdam.php](http://www.incompassproject.eu/study_visit_rotterdam.php)
- Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap [Ministry of Education, Culture and Science], (2013), “Cultuur in Beeld 2013”, [www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/rapporten/2013/11/01/cultuur-in-beeld-2013.html](http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/rapporten/2013/11/01/cultuur-in-beeld-2013.html)
- Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap [Ministry of Education, Culture and Science], (2014), “Cultuur in Beeld 2014”, [www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/rapporten/2014/12/01/cultuur-in-beeld-2014.html](http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/rapporten/2014/12/01/cultuur-in-beeld-2014.html)
- Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap [Ministry of Education, Culture and Science], (2014), “Designing a country”, [http://www.asemculture2014.org/cache/121\\_121/121.pdf](http://www.asemculture2014.org/cache/121_121/121.pdf)
- Cummings, M. C., R. S. Katz (1987), *The Patron State: Government and the Arts in Europe, North America, and Japan*. Oxford University Press, Oxford.
- Hover, M. (2013), *De Efteling als ‘Verteller’ van Sprookjes*, PhD dissertation, Tilburg University, Netherlands.
- Mossetto, G., M. Vecco (2001), *Economia del Patrimonio Monumentale*, Franco Angeli, Milano.
- Valentino, P. A., G. Mossetto (eds.) (2001), “Museo Contro Museo”, *Rapporto Civita sui Musei*, Giunti, Roma.
- Mulcahy, K. M. (2006), “Cultural Policy: Definitions and Theoretical Approaches”, *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, Vol. 35, No. 4, pp. 319-331.
- OECD (2014a), *Tourism Trends and Policies*, OECD, Paris.
- OECD (2014b), *Tourism and the Creative Industries*, OECD, Paris.
- Rijksoverheid (2014), “Kunst en Cultuurbeleid”, [www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/kunst-en-cultuur/kunst-en-cultuurbeleid](http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/kunst-en-cultuur/kunst-en-cultuurbeleid)
- Rijksoverheid (2012), “Samenvatting Innovatiecontract Topsector Creative Industrie”, [www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/kamerstukken/2012/04/02/samenvatting-innovatiecontract-topsector-creatieve-industrie.html](http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/kamerstukken/2012/04/02/samenvatting-innovatiecontract-topsector-creatieve-industrie.html)
- Schuyt, T. and R. Bekkers (2013), “Geven in Nederland 2013” [Philantropy in The Netherlands 2013], in *Cultuur in Beeld 2013*, Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap [Ministry of Education, Culture and Science].

Smithuijsen, C. (2013), “Cultuur en Beleid in Nederland” [Culture and Policy in The Netherlands], in Q. L. van den Hoogen, B. J. Langenberg, R. E. J. A. Oosterhuis, T. A. Schiphof, W. Snijder (eds.), *Handboek Cultuurbeleid*. Reed Business, Amsterdam.

Vinkenburg, B. (2013), “Directe Subsidies voor Kunsten, Erfgoed en Media” [Subsidies for the Arts, Cultural Heritage and Media], in *Boekman 97*, Boekmanfoundation, Amsterdam.

Vinkenburg, B. (2013), “Trendbreuk in Rijksuitgaven Kunst en Cultuur” [Trend Breaks in Public Cultural Expenditure], in *Boekman 95*, Boekmanfoundation, Amsterdam.

### **Sitografia**

Boekman Foundation

[www.boekman.nl](http://www.boekman.nl)

Council for Culture (Cultuur Raad)

[www.cultuur.nl/](http://www.cultuur.nl/)

Culture Index

[www.cultuurindex.nl/pijler/geldstromen](http://www.cultuurindex.nl/pijler/geldstromen)

Cultural Heritage Agency

<http://culturalheritageagency.nl/>

Cultuur Ondernemen

<http://www.cultuur-ondernemen.nl/>

Dutch Centre for International Cultural Activities

[www.sica.nl/en](http://www.sica.nl/en)

Kunstfactor

[www.kunstfactor.nl](http://www.kunstfactor.nl)

Governo olandese

[www.government.nl](http://www.government.nl)

Sito governativo della campagna per le donazioni alla cultura

<http://www.daargeefjeom.nl/>

Ministry of Education, Culture and Science

[www.rijksoverheid.nl/ministeries/ocw#ref-minocw](http://www.rijksoverheid.nl/ministeries/ocw#ref-minocw)

Statistics Netherlands

[www.cbs.nl/en-GB/menu/themas/vrije-tijd-cultuur/nieuws/default.htm](http://www.cbs.nl/en-GB/menu/themas/vrije-tijd-cultuur/nieuws/default.htm)

## SPAGNA

### Introduzione

La Spagna è internazionalmente riconosciuta per l'importanza e la diversità delle testimonianze di interesse culturale espresse dal proprio patrimonio, che spaziano dalla preistoria locale ai Celti e agli Iberi, includendo tracce del passaggio di Greci, Romani, Fenici, Cartaginesi e Vichinghi e dei regni medievali. Questa stratificazione ha determinato la presenza sul territorio di un vasto patrimonio archeologico, che comprende siti preistorici e pitture rupestri, castelli medievali, cattedrali, città e villaggi. Maestri dell'architettura e dell'arte spagnola, Velasquez, Goya, Picasso o Gaudi, sono stati pionieri nello sviluppo di importanti movimenti artisti europei. In ragione della propria storia culturale, la Spagna è seconda per numero di siti UNESCO (42). Il patrimonio culturale spagnolo rappresenta un fattore decisivo per il successo turistico, rendendo il settore una delle maggiori industrie del paese, in progressiva espansione (è stata raggiunta la cifra record di 65 milioni di visitatori internazionali nel 2014). Negli ultimi anni il potenziale economico della cultura è stato ampiamente riconosciuto e i governi attribuiscono oggi maggiore enfasi alle industrie culturali e creative (ICC). Tuttavia dal 2007 la crisi economica ha portato ad una brusca diminuzione del finanziamento pubblico per la cultura e ad una minore domanda culturale, dovuta al crollo della disponibilità di spesa e all'aumento delle tasse indirette per i beni culturali. In questo scenario hanno assunto crescente importanza il coinvolgimento dei privati, la promozione di partenariati pubblico-privato e l'attrattività fiscale, il quadro normativo per la sponsorizzazione culturale.

Nell'ultimo decennio il Governo spagnolo, in collaborazione con i 17 governi regionali (le Comunità Autonome) e i consigli municipali, ha sviluppato una politica complessiva per la conservazione del patrimonio storico attraverso dei Piani Nazionali; ha istituito inoltre nuovi siti culturali e avviato un'ampia gamma di iniziative di promozione. Alcuni musei d'arte moderna, come il *Museo Nacional del Prado*, o nuovi musei d'arte contemporanea, come il *Reina Sofia*, sono diventati dei riferimenti a livello mondiale, raggiungendo ciascuno oltre tre milioni di visitatori l'anno.

Il capitolo offre una panoramica sulle attuali strategie e tendenze nella gestione della cultura e presenta un quadro delle pratiche di gestione del settore delle industrie culturali e creative in Spagna. Il paragrafo 1 fornisce uno sguardo d'insieme sulle strutture di *governance* culturale e sulle principali strategie e politiche pubbliche per la promozione culturale (2012-2015). Si analizzano inoltre i recenti indirizzi relativi al coinvolgimento del settore privato nelle attività culturali, incluso l'emergere dei partenariati pubblico-privati e il nuovo quadro normativo e fiscale per il patrocinio di iniziative culturali. Nei paragrafi successivi verranno analizzate le risorse dedicate al settore culturale a livello nazionale e locale e la recente evoluzione con alcuni esempi di progetti recenti che sono stati finanziati dalla UE (par.2); un focus dedicato alle politiche in materia di imprese creative; una panoramica sui principali temi legati allo sviluppo del settore turistico, di competenza del Ministero dell'Industria, dell'Energia e del Turismo.

### Governance e politiche culturali

#### Struttura amministrativa e ordinamento

La gestione della cultura e del patrimonio nazionale è di competenza del Ministero dell'Istruzione, della Cultura e dello Sport. Il Ministero è articolato in tre unità amministrative, i Segretariati di Stato<sup>92</sup>. Il Segretariato della Cultura è suddiviso a sua volta per competenza in 2 Direzioni Generali (DG), e Sotto Direzioni Generali (SG):

- DG Politiche e Industrie Culturali e del Libro

<sup>92</sup> L'organigramma è disponibile al seguente link: <http://www.mecd.gob.es/dms/mecd/ministerio-mecd/organizacion/organigrama/organigrama.pdf>

- SG per la promozione delle Industrie Culturali e mecenatismo
- SG per la proprietà intellettuale
- SG per la promozione del libro, della lettura e della letteratura spagnola
- SG per la cooperazione culturale con le Comunità Autonome
- SG per la promozione internazionale della cultura
- DG delle Belle Arti, Beni Culturali, Archivi e Biblioteche
  - SG per la protezione del patrimonio storico
  - SG per i musei statali
  - SG per l'Istituto Spagnolo dei Beni Culturali
  - SG per la promozione delle belle arti
  - SG per gli archivi nazionali
  - SG per biblioteche nazionali

Oltre alle direzioni elencate, partecipano alla governance culturale 6 entità con specifiche funzioni e natura giuridica, alle dipendenze del Segretario di Stato della Cultura:

- Museo del Prado
- Museo Regina Sofia
- Biblioteca Nazionale
- Istituto per il Cinema e le Arti Audiovisive
- Istituto di Arti Sceniche e della Musica
- Organismo di Gestione Infrastrutture culturali e Impianti

Le politiche legate al patrimonio nazionale rientrano nelle responsabilità della Sotto Direzione Generale per la Protezione del Patrimonio storico e l'Istituto per il patrimonio culturale Spagnolo. Questi organismi condividono le competenze sulla protezione del patrimonio culturale, l'arricchimento delle collezioni statali, la promozione della cooperazione internazionale, la conservazione di opere d'arte e di beni archeologici di proprietà dello Stato. Si occupano inoltre di gestire o coordinare le azioni relative ad altri enti o beni, pubblici o della Chiesa, attraverso una varietà di programmi come ad esempio il Piano Nazionale delle cattedrali, il Piano Nazionale del Patrimonio Industriale, Il Piano Nazionale dei Castelli e il Piano Nazionale del patrimonio dell'Umanità (Villarroya e Ateca-Amestoy, 2014). Un'altra istituzione, "Patrimonio Nacional" gestisce dal 1982 l'intera l'eredità della Corona Spagnola, proprietà dello Stato che comprende 8 palazzi reali e 10 monasteri, oltre 154000 opere d'arte e diverse collezioni (dipinti, sculture, arazzi, gioielli), giardini storici e grandi estensioni di foreste di interesse faunistico, alle dipendenze della Presidenza del Governo e con il coinvolgimento della Casa reale.

I governi regionali e locali svolgono un ruolo importante nella gestione e promozione della cultura nell'ambito dei rispettivi (e differenti) assetti istituzionali. Il quadro costituzionale Spagnolo concede ai governi regionali una grande autonomia nel determinare le proprie competenze in tutti gli ambiti, incluso il

settore culturale. In questo senso, la Spagna è spesso definita come uno stato quasi- federale (Rubio Arostegui, 2008, Villarroya, 2012, Rius e Zamorano 2014).

A livello locale, la Legge Base dei Regimi Locali (1985) concede ai municipi diverse competenze culturali, come la protezione e la gestione del patrimonio storico, la gestione delle infrastrutture culturali locali, la possibilità di costruire e finanziare musei a titolarità municipale nonché la promozione alla cultura. Essa stabilisce inoltre che i municipi possono realizzare attività complementari a quelle delle amministrazioni centrali e regionali, in particolare, in materia di cultura. Nella pratica, i municipi hanno una grande autonomia nello sviluppare attività culturali a livello locale, e rappresentano attualmente la maggior parte della spesa alla cultura (tabella 28).

Il coordinamento tra livelli di governo è attuato attraverso diversi meccanismi, coordinati dalla SG per la Cooperazione Culturale con le Comunità Autonome. Oltre che attraverso il dialogo bilaterale, dal 1992 il coordinamento avviene in seno alla cosiddetta “Conferenza settoriale per la cultura”, composta da rappresentanti del Ministero e di ciascuna delle comunità autonome, che si riunisce due volte l'anno. Presieduta dal Ministro, la Conferenza prevede la formazione di gruppi di lavoro paralleli focalizzati su temi specifici.

Nel dibattito in corso si registra un ampio consenso circa la necessità di migliorare i meccanismi di coordinamento nazionale/regionale/locale. La attuale strategia nazionale per la cultura fa proprio questo obiettivo, riconoscendo l'inefficienza complessiva del sistema attuale.

Oltre al Ministero dell'Istruzione, della Cultura e dello Sport, il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione è responsabile per le attività culturali internazionali attraverso la Direzione per le Relazioni Culturali e Scientifiche dell'Agenzia Spagnola di Cooperazione Internazionale per lo Sviluppo (AECI) e la vasta rete di ambasciate e consolati. Svolge un ruolo internazionale in campo culturale anche l'Istituto Cervantes, istituito nel 1991 sotto l'egida del Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione con il mandato di promuovere la lingua e la cultura spagnola a livello internazionale. Oltre alle due sedi in Spagna, l'Istituto Cervantes gestisce uffici in 90 città di 43 paesi. Tradizionalmente la gestione della promozione culturale all'estero è stata oggetto di politiche non sempre coordinate da parte del Ministero della Cultura e del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione; il coordinamento è tuttavia migliorato notevolmente a partire dal 2009, con la definizione da parte di entrambi i Ministeri di un comune Piano Nazionale per la promozione della cultura all'estero (Villarroya e Ateca-Amestoy, 2014).

### ***Le Comunità Autonome***

La Costituzione Spagnola definisce le competenze dell'amministrazione centrale in materia di cultura, come la conservazione del patrimonio culturale a titolarità nazionale, l'elaborazione delle leggi in materia di proprietà intellettuale, la tutela delle libertà parola e di stampa, la regolazione dei mezzi di comunicazione. Stabilisce inoltre che le Comunità Autonome (CA) potranno assumere diverse competenze nella materia, sia esclusive che concorrenti, ulteriormente dettagliate nei propri statuti d'autonomia<sup>93</sup>.

Attraverso gli statuti di autonomia, le CA assumono un'estesa partecipazione culturale: la gestione del proprio patrimonio storico, dei musei, delle biblioteche e i conservatori locali (che possono a sua volta delegare ai municipi), il supporto alle industrie culturali, la ricerca e l'insegnamento della lingua della Comunità Autonoma quando è il caso. Per di più, tutte le CA possiedono le proprie legislazioni per la protezione del patrimonio storico e culturale. Di fatto, le amministrazioni autonome superano a quella centrale in quanto alle competenze culturali che possiedono e la spesa che destinano alla cultura.

Vi sono diversi modelli amministrativi per la gestione della cultura e del patrimonio nelle diciassette CA e le due Città autonome. Ogni una di esse possiede un Consiglio o Dipartimento per la Cultura; in sei casi si tratta di una struttura esclusivamente culturale, mentre nelle altre CA si tratta di strutture miste competenti sulla cultura e altre tematiche, tra cui la comunicazione sociale, il turismo o l'occupazione. In cinque casi i Consigli si occupano di istruzione, cultura e sport, riproducendo le competenze ministeriali.

<sup>93</sup> Legge di ogni Comunità Autonoma che ne definisce le competenze.

I Consigli e Dipartimenti delle CA riflettono spesso anche l'assetto organizzativo del Ministero, articolandosi in diverse Segreterie Generali divise a loro volta in Direzioni Generali. In tutte le strutture culturali delle CA esistono delle Direzioni Generali per il patrimonio culturale, chiamate anche DG per i beni culturali o semplicemente DG per la cultura. Alcuni Consigli dispongono inoltre di DG per le politiche culturali, per le culture popolari (nel caso della Catalogna) o per le industrie culturali (nel caso della Catalogna, l'Andalusia e la Comunità di Murcia).

Anche nelle CA esistono entità in regime di decentralizzazione funzionale, con competenze culturali specifiche, natura giuridica propria e subordinati ai Consigli o Dipartimenti di Cultura. Ne sono esempi gli Istituti Valenziano della Musica e quello per l'Arte Moderno, l'Agenzia Catalana per il Patrimonio Culturale, l'Istituto delle Lettere Catalane, l'Agenzia Galiziana per le Industrie Culturali e l'Istituto Andaluso del Patrimonio Storico.

I diversi percorsi di sviluppo e le conseguenti configurazioni dell'assetto organizzativo delle CA dipendono da diversi fattori: 1) caratteri storico - identitari, 2) riconoscimento costituzionale concesso dal proprio statuto di autonomia 3) maggiore o minore presenza di gruppi di professionisti e di imprese culturali nel territorio e 4) la volontà e le risorse che le CA destinano alla cultura. In generale, si riscontra una maggiore attenzione per lo sviluppo culturale nelle CA con lingua e culture proprie, in particolare in seno alle nazionalità storiche che per prime con maggiore determinazione hanno perseguito regimi di autonomia (come Catalogna, Galizia e i Paesi Baschi). In questi casi la cultura è riconosciuta come importante fattore di affermazione dell'identità minoritaria (Rius, Zamorano, 2014, Real Instituto el Cano, 2004).

### Struttura del patrimonio culturale

In base a una legge del 1986, le risorse culturali che sono dichiarate beni di interesse culturale (BIC - Bienes de Interés cultural) sono soggette ad un livello particolare di tutela e protezione pubblica. Questi beni costituiscono il patrimonio culturale e possono essere di proprietà pubblica o privata; sono classificati nelle seguenti categorie:

- Siti archeologici
- Giardini storici
- Monumenti (compresi, ad esempio, cattedrali, edifici di valore storico - culturale, di valore architettonico o d'ingegneria, sculture monumentali, ecc.)
- *Conjuntos Históricos* (gruppi di beni di interesse nazionale che formano un'unità, testimonianza culturale di una comunità, come ad esempio un centro storico o un borgo antico)
- Siti storici (naturali o architettonici specifici con specifiche connotazioni storiche o collegate alle tradizioni popolari)

Oltre a queste proprietà immobili, sono compresi in un apposito registro i beni mobili di interesse culturale, che comprendono dipinti, libri, incisioni, sculture, mobili, gioielli, arazzi, strumenti musicali, beni archeologici. Le tabelle seguenti mostrano rispettivamente le risorse del patrimonio nazionale per categoria e il numero di musei, biblioteche e teatri.

A livello regionale, ogni comunità autonoma redige propri cataloghi e inventari per i beni culturali e storici e predispone le proprie legislazioni in merito. Tali elenchi corrispondono in gran misura alle categorie dei Beni di interesse Culturale (BIC) sopra menzionate, differenziandosi talvolta per l'inserimento di ulteriori tipologie di beni. Un esempio ricorrente è quello dei "siti d'interesse etnologico", che comprende siti d'interesse culturale caratterizzati da forme di produzione tipiche del popolo autonomo, che sono inclusi nella maggior parte delle legislazioni e dei registri regionali (Querol, 2010).

Tabella 19. Dotazione del patrimonio nazionale

| Tipo di bene            | Numero di beni |
|-------------------------|----------------|
| Siti archeologici       | 2198           |
| Giardini storici        | 91             |
| Monumenti               | 13160          |
| Insieme di beni storici | 955            |
| Siti storici            | 391            |

Fonte: Ministero dell'Istruzione, della Cultura e dello Sport, Annuario di statistiche culturali 2014<sup>94</sup>.

Tabella 20. Distribuzione del patrimonio nazionale: Beni immobili d'interesse culturale per comunità autonoma

| Comunità Autonoma                             | Numero di beni | Percentuale sul totale |
|-----------------------------------------------|----------------|------------------------|
| <b>Andalusia</b>                              | 3 096          | 18.4 %                 |
| <b>Baleari</b>                                | 3 055          | 18.2 %                 |
| <b>Catalogna</b>                              | 2 361          | 14.1 %                 |
| <b>Castilla y Leon</b>                        | 1 384          | 8.2%                   |
| <b>Comunità Valenziana</b>                    | 1 208          | 7.2 %                  |
| <b>Altre 14 Comunità e città autonome</b>     | 5 691          | 33.88%                 |
| <b>Totale (17 comunità, 2 città autonome)</b> | 16 795         | 100 %                  |

Fonte: Ministero dell'Istruzione, della Cultura e dello Sport, Annuario di statistiche culturali 2014.

La tabella 2 evidenzia un patrimonio storico piuttosto concentrato geograficamente in poche aree: oltre il 50% dei beni immobili di interesse culturale si concentra tra Andalusia, Baleari e Catalogna; si arriva al 66% considerando le prime cinque regioni. Per quanto riguarda ai beni mobili iscritti ai registri (che comprendono prevalentemente dipinti, incisioni, sculture, mobili, strumenti musicali, ecc.) l'Andalusia raggiunge il 41,1% del totale, seguita da Navarra (19.3%) e Murcia (12.2%) (MECD, 2014).

<sup>94</sup> Il Dipartimento di Statistica e Studi del Ministero della Pubblica Istruzione, della Cultura e dello Sport pubblica dal 2005 una "Relazione annuale di statistiche culturali" che riunisce le fonti statistiche disponibili, attingendo alle informazioni rese disponibili dalle Direzioni Generali del Ministero e altre fonti, tra cui l'Istituto Nazionale di Statistica (INE). Il documento è consultabile su <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/portada.html>

Tabella 21. Musei, biblioteche e teatri

|                                             |                                                                                 |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Musei pubblici</b>                       | 968, di cui:<br>- nazionali 76<br>- regionali 183<br>- locali 650<br>- altro 59 |
| <b>Musei privati</b>                        | 464, di cui:<br>- ecclesiastici 145<br>- altro 319                              |
| <b>Archivi nazionali</b>                    | 10                                                                              |
| <b>Biblioteche nazionali</b>                | 1                                                                               |
| <b>Biblioteche regionali centrali</b>       | 8                                                                               |
| <b>Biblioteche pubbliche</b>                | 4 164                                                                           |
| <b>Teatri pubblici</b>                      | 1 197                                                                           |
| <b>Teatri privati</b>                       | 402                                                                             |
| <b>Teatri di proprietà pubblico-privata</b> | 6                                                                               |

Fonte: Ministero dell'Istruzione, della Cultura e dello Sport, Annuario di statistiche culturali 2014.

Per quanto riguarda il settore museale, i musei pubblici Spagnoli si distinguono a seconda della titolarità (proprietà dell'amministrazione statale, regionale o locale) e della gestione. La tabella 27 mostra i vari tipi di Musei pubblici sulla base del livello di governo che li gestisce. Le amministrazioni locali hanno un peso particolarmente importante: gestiscono il 45.7% del totale dei musei pubblici, contro il 10,3% gestito da l'amministrazione centrale e il 9.6% dai governi regionali.

I musei Nazionali di competenza del Ministero di Istruzione, Cultura e lo Sport, a titolarità e gestione statale, sono gestiti dalla DG delle Belle Arti, Beni Culturali, Archivi e Biblioteche. Fanno eccezione il Museo del Prado e il Museo de la Reina Sofia, i cui statuti sono stati modificati in senso autonomistico (si veda sezione partenariati pubblico-privato).

La gestione di 64 musei di titolarità statale, in precedenza responsabilità del Ministero, è stata trasferita alle Comunità Autonome. Il governo centrale continua ad essere titolare degli immobili e delle collezioni museali mentre l'amministrazione, la manutenzione e la gestione delle risorse umane sono state trasferite ai governi regionali. Il Ministero gestisce ora unicamente i musei d'interesse nazionale, le cui collezioni rappresentano la totalità del paese.

I cinque musei più importanti a livello nazionale per numero di visitatori nel 2013 sono stati il Reina Sofia di Madrid con 3,18 milioni di visitatori, il Prado di Madrid con 3,17 milioni, il Museo Dalí a Figueras con 1,22 milioni, il Thyssen-Bornemisza a Madrid con 0,95 milioni, il Guggenheim a Bilbao con 0,93 milioni.

Nel 2009 è stata creata una rete (*Red de Museos de España*) che raccoglie in un'unica organizzazione le autorità pubbliche e le istituzioni che hanno responsabilità sui musei. La rete è aperta a musei nazionali, regionali e locali, sia pubblici che privati. Essa mira a migliorare il coordinamento, aumentare la proiezione internazionale e favorire lo scambio di buone pratiche. È stata inoltre avviata nel 2009 una rete delle biblioteche museali, che gestisce un ampio catalogo online per l'accesso alle risorse delle biblioteche di 19 musei statali.

Anche a livello regionale sono anche state create diverse reti museali, molte di esse istituzionalizzate negli ordinamenti museali delle Comunità Autonome. Tra gli esempi rientrano il Sistema regionale di Musei della Comunità di Madrid, il Sistema di Musei di Navarra e il Sistema Gallego di Musei.

## Strategia nazionale per la promozione della cultura

L'attuale strategia nazionale per la promozione della cultura è descritta nel documento "Piano Strategico Generale 2012-2015" del Segretario di Stato alla Cultura<sup>95</sup>, che si articola su cinque obiettivi generali. Ogni obiettivo generale è disaggregato in priorità, ulteriormente suddivise in progetti. Di seguito viene fornita una descrizione sintetica dei cinque obiettivi generali:

- a) Articolare una politica nazionale che garantisca il diritto di accesso alla cultura e che contribuisca a rafforzare e a promuovere la coesione sociale della cittadinanza.

Lo scopo è promuovere un consenso più forte tra i diversi partiti politici per quanto riguarda il funzionamento delle grandi istituzioni culturali (come i musei del Prado e Regina Sofia), al fine di isolarle dai cicli politici, definendo così una vera e propria politica dello Stato a lungo termine.

- b) Rafforzare gli strumenti per la comunicazione culturale e la cooperazione tra le amministrazioni pubbliche e le altre istituzioni, al fine di promuovere un uso efficiente e razionale delle risorse culturali.

Una delle principali linee di azione consiste nello sviluppo di una strategia condivisa per la comunicazione culturale dello Stato e delle Regioni, per promuovere e sviluppare la diversità della cultura spagnola e per favorire un uso più efficiente e razionale delle risorse culturali del paese.

- c) Supportare la cultura come un elemento essenziale della proiezione internazionale del "marchio SPAGNA"

Questo obiettivo comprende diverse strategie e progetti volti a promuovere il turismo culturale; migliorare il coordinamento per l'internazionalizzazione delle industrie culturali spagnole; promuovere la cooperazione culturale con i paesi di lingua spagnola, ecc. In questo contesto, sono stati sviluppati i siti web "spainisculture.com" e "studio in Spagna".

- d) Incentivare la partecipazione e la leadership della società civile nel sostegno e nella promozione della cultura.

In particolare, tale obiettivo si concentra sulla promozione di partenariati pubblico-privato in iniziative culturali e sull'aumento dell'attrattività del mecenatismo privato.

- e) Facilitare la creazione, l'innovazione e la produzione di conoscenza e promuovere la cultura nei network, nel rispetto dei diritti di proprietà intellettuale.

Comprende lo sviluppo di nuovi modelli di business per le industrie culturali e creative, promuovendo l'offerta di contenuti digitali e rafforzando allo stesso tempo il quadro giuridico per tutelare i diritti di proprietà intellettuale.

## Quadro giuridico e fiscale di riferimento per il coinvolgimento del settore privato

L'attuale regime giuridico<sup>96</sup> prevede una detrazione d'imposta sul reddito per le donazioni volte a finanziare ONG o attività culturali da parte dei privati, pari al 27.5% per il 2015 e al 30% dall'anno fiscale 2016. Per le imprese il beneficio è del 35% con la possibilità di arrivare fino al 40% a partire dal 2016 per le imprese che sostengano un beneficiario per tre anni consecutivi. La detrazione può essere aumentata di un ulteriore 5% se la donazione è diretta ad una serie di "attività prioritarie a favore del mecenatismo" stabilite annualmente dal Ministero.

<sup>95</sup> <http://www.cultura.gob.es/principal/docs/novedades/2012/PlanEstrategicoGeneral2012-2015.pdf>

<sup>96</sup> Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

Le priorità per il 2015 sono principalmente attività avviate dalle istituzioni culturali pubbliche e dalle pubbliche amministrazioni in materia di patrimonio artistico, storico e immateriale, con un focus particolare sul miglioramento dell'offerta di servizi e prodotti culturali attraverso internet e le tecnologie digitali. Esse includono:

1. Attività svolte dall'Istituto Cervantes per la promozione e la diffusione della lingua e cultura spagnola attraverso reti telematiche, nuove tecnologie e altri mezzi.
2. Attività avviate dalle istituzioni delle Comunità Autonome per la promozione e la diffusione delle proprie lingue.
3. Conservazione, restauro o riqualificazione dei beni del Patrimonio Storico Spagnolo e attività per la loro digitalizzazione, catalogazione e diffusione nell'ambito del programma interministeriale "patrimonio.es".
4. Attività di promozione alle arti sceniche e musicali avviate dalle Amministrazioni pubbliche o da esse supportate.
5. Attività della Biblioteca Nazionale Spagnola

Una nuova misura di incentivo per il finanziamento collettivo di attività culturali è il "micro-mecenatismo", che consiste in una detrazione sull'imposta sul reddito del 75% per le piccole donazioni ad attività culturali sui primi 150 euro, (per la eventuale quota eccedente si applica la deduzione generale del 30%). Anche in questo caso per le donazioni ripetute per tre o più anni consecutivi, di ammontare pari o superiore all'anno precedente, si applicherà un 5% addizionale a partire del 2016.

Dati gli attuali vincoli di bilancio a seguito della crisi finanziaria e del severo taglio della spesa pubblica alla cultura negli ultimi anni, il ruolo del settore privato nel promuovere e finanziare le attività culturali sta diventando sempre più importante. Il Ministero incentiva il finanziamento collettivo a progetti culturali anche attraverso attività di comunicazione sul proprio sito ufficiale, sul quale vengono promosse piattaforme di *crowd-funding*, (raccolta di micro donazioni) e di *crowd-lending*, (sistema di prestiti tra imprese e piccoli investitori individuali a tassi di interesse prestabiliti sulla base della valutazione del rischio), sempre più popolari in Spagna dopo il successo registrato negli Stati Uniti e nel Regno Unito.

Tra gli esempi più interessanti di *crowdfunding* spagnolo negli ultimi anni si registra *Todos a Una*<sup>97</sup>, una piattaforma privata che si concentra sulla raccolta fondi per progetti legati al patrimonio culturale.

**Tabella 22. Agevolazioni fiscali attuali ed evoluzione a partire della riforma fiscale 2014**

| Tipo di detrazione                                                  | 2014 | 2015  | 2016 |
|---------------------------------------------------------------------|------|-------|------|
| <b>Per le persone fisiche:</b>                                      |      |       |      |
| • <b>Detrazione sull'imposta sul reddito per le persone fisiche</b> | 25%  | 27.5% | 30%  |
| <b>Per le imprese:</b>                                              |      |       |      |
| • <b>Detrazione sull'imposta sulle società</b>                      | 35%  | 35%   | 35%  |
| • <b>Per le imprese con fidelizzazione (3 anni)</b>                 | 35%  | 35%   | 40%  |
| <b>Micro- mecenatismo:</b>                                          |      |       |      |
| • <b>Meno di 150 €</b>                                              | 25%  | 50%   | 75%  |
| • <b>Parte del contributo &gt;150€</b>                              | 25%  | 27.5% | 30%  |
| • <b>Parte del contributo &gt;150€ con fidelizzazione (3 anni)</b>  | 25%  | 32.5% | 35%  |

Fonte: Gabinete de Prensa. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Secretaría de Estado de Cultura. (2015).

<sup>97</sup> <http://todosaunacrowdfunding.es>

Oltre al regime nazionale, alcune regioni prevedono per il mecenatismo culturale detrazioni fiscali aggiuntive; tra queste Navarra, Andalusia, Valencia, Baleari e altre.

Il Piano Strategico prevede la definizione di linee guida per aiutare gli operatori culturali ad attrarre fondi privati e incentivare il mecenatismo. Un progetto in corso mira a creare un database che favorisca l'incontro tra imprese, potenziali donatori e artisti.

### ***Partenariati pubblico-privato***

Il settore privato spagnolo, in particolare le grandi imprese, promuovono la cultura prevalentemente attraverso la sponsorizzazione di eventi o, in alcuni casi, mediante fondazioni culturali a questo scopo costituite. Ne sono un esempio La Caixa, BBVA, Santander, Bankia e Iberdrola. Queste fondazioni hanno istituito famosi musei e centri culturali nelle maggiori città spagnole. In alcuni casi musei e centri culturali sono nati per iniziativa di famiglie benestanti che hanno messo a disposizione importanti collezioni d'arte private, come il Museo Thyssen-Bornemisza di Madrid.

Dalla metà degli anni Novanta si inoltre registrata una crescente tendenza alla costituzione di fondazioni miste pubblico – privato quale formula per la gestione e il finanziamento dei musei. L'investimento iniziale del Museo Guggenheim di Bilbao, che ne è stato il pioniere, è stato cofinanziato dal Governo regionale basco, il governo locale e la Fondazione Guggenheim. Diverse imprese della regione (oggi più di 25) tra cui figurano sia grandi aziende come BBVA, BBK e Iberdrola che aziende minori, hanno successivamente garantito un finanziamento annuale. Intorno all'anno 2000, il Governo basco ha esteso lo stesso modello al Museo delle Belle Arti di Bilbao.

Questo modello è servito da ispirazione ad altri musei. Nel 2001 il Museo del Prado di Madrid ha trasformato la propria struttura giuridica per diventare una Fondazione mista autonoma (tuttora controllata dal Ministero della Cultura ma dotata di maggiore autonomia). Nel 2011 lo stesso modello è stato adottato dal Regina Sofia di Madrid, il più grande museo d'arte moderna di Spagna, in passato di proprietà del Ministero della Cultura e da questo finanziato. Il nuovo status giuridico offre ai musei un quadro legale più flessibile, consentendo l'acquisizione di opere d'arte, la raccolta fondi, la gestione dei contratti, delle risorse economiche e del personale. Ha inoltre permesso loro di aumentare i propri fondi e di incorporare nuovi membri nel consiglio di amministrazione. In questo nuovo contesto molte delle più importanti aziende spagnole si sono impegnate nelle sponsorizzazioni museali.

Come in molti altri settori della pubblica amministrazione, anche in campo culturale si registra una crescente esternalizzazione di servizi complementari (punti vendita e bookshop, ristoranti, servizi di sicurezza, pulizie, ecc.), finalizzata alla riduzione dei costi e all'aumento di flessibilità ed efficienza gestionali. Negli ultimi anni la gestione di molte istituzioni culturali (specialmente quelle di proprietà delle amministrazioni regionali/locali) è stata esternalizzata a soggetti privati. Il fenomeno include centri sociali, centri artistici comunali, gallerie e sedi espositive, sale concerto, siti archeologici (Villarroya e Ateca-Amestoy, 2014).

### **Risorse finanziarie per la cultura**

Il bilancio culturale nazionale è assegnato direttamente ad istituti di cultura di norma dal Ministero dell'Istruzione, della Cultura e dello Sport, sulla base delle risorse stanziare dal Ministero delle Finanze. Tuttavia, poiché la Spagna è un paese fortemente decentralizzato composto da 17 Regioni (le Comunità Autonome), i governi regionali e locali sostengono la maggiore quota di spesa pubblica per la cultura, come mostrato nella tabella 27. La spesa corrente rappresenta la componente più importante della ripartizione delle risorse pubbliche per il settore cultura (tabella 6).

La Legge Patrimonio Storico del 1985 prevede che l'1% del valore dei contratti di costruzione pubblici (infrastrutture civili, trasporti, edifici pubblici) debba essere accantonato in un fondo per finanziare la conservazione o il miglioramento del patrimonio culturale della Spagna o la promozione delle arti. Questo include i contratti di costruzione governativi finanziati con fondi pubblici e quelli finanziati con fondi privati

nell'ambito di una concessione<sup>98</sup>. I diversi istituti di cultura a livello locale, regionale e nazionale possono richiedere un finanziamento da questo fondo presentando proposte di progetti da cofinanziare a un comitato di valutazione in seno al Ministero.

**Tabella 23. Spesa pubblica per la Cultura**

Distribuzione per livello amministrativo (2012)

|                                                            |                  |
|------------------------------------------------------------|------------------|
| <b>Spesa pubblica totale in cultura (migliaia di euro)</b> | <b>4 772 113</b> |
| Governo nazionale                                          | 16,2%            |
| Governi regionali                                          | 26,7%            |
| Governi locali                                             | 57,1%            |

Fonte: Ministero dell'Istruzione, della Cultura e dello Sport, 2014.

**Tabella 24. Distribuzione spesa pubblica per capitolo di spesa**

% sul totale (2012)

|                       | <b>Nazionale</b> | <b>Regionale</b> | <b>Locale</b> |
|-----------------------|------------------|------------------|---------------|
| <b>Spesa corrente</b> | 76,5             | 73               | 86,3          |
| <b>Investimenti</b>   | 23,3             | 23,6             | 13,2          |
| <b>Finanziamenti</b>  | 0,2              | 3,4              | 0,5           |
| <b>Totale</b>         | 100              | 100              | 100           |

Fonte: Fonte: Ministero dell'Istruzione, della Cultura e dello Sport, 2014.

<sup>98</sup> I contratti di costruzione pubblici di valore inferiore a 600 000 euro sono esclusi dall'obbligo di pagare l'1%. Nell'ottobre 2013, il Governo ha portato all'1,5% la quota da accantonare.

Tabella 25. Distribuzione per tipo di attività culturale e livello amministrativo

(2012, in migliaia di euro)

|                                     | Nazionale | Regionale | Locale*  | Totale  | %     |
|-------------------------------------|-----------|-----------|----------|---------|-------|
| <b>BENI E SERVIZI CULTURALI</b>     | 405728    | 430757    | 409953   | 1246438 | 26.11 |
| Patrimonio storico e artistico      | 321434    | 287619    | 156124   | 765177  | 16.03 |
| Archivi e Biblioteche               | 84295     | 143138    | 253829   | 481262  | 10.08 |
| <b>ARTI PLASTICHE E SCENICHE</b>    | 124755    | 304994    | 765648   | 1195397 | 25.04 |
| Arti plastiche                      | 3033      | 46405     | 148026** | 197464  | 4.13  |
| Arti sceniche e musicali            | 121722    | 258590    | 177164   | 557476  | 11.68 |
| Feste popolari                      | --        | --        | 440458   | 440458  | 9.22  |
| <b>LIBRI E AUDIOVISIVI</b>          | 74517     | 86341     | --       | 160858  | 3.37  |
| Libri                               | 9567      | 36030     | --       | 45597   | 0.95  |
| Cinema                              | 64950     | 47406     | --       | 112356  | 2.35  |
| altri                               | --        | 2905      | --       | 2905    | 0.06  |
| <b>INTERDISCIPLINARE</b>            | 167443    | 434427    | 1550307  | 2152177 | 45.05 |
| Promozione e cooperazione culturale | 21535     | 131108    | 928983   | 1081626 | 22.66 |
| Promozione internazionale culturale | 109051    | 3160      | --       | 112211  | 2.35  |
| Amministrazione e servizi generali  | 35957     | 171689    | 621324   | 828970  | 17.37 |
| Politiche linguistiche regionali    | --        | 118951    | --       | 118951  | 2.49  |
| Altri                               | 900       | 9518      | --       | 10418   | 0.21  |
| <b>ALTRI</b>                        |           | 17244     | --       | 17244   | 0.36  |
| <b>TOTALE</b>                       | 772443    | 1273763   | 2725907  | 4772113 | 100   |

Fonte: Ministero dell'Istruzione, della Cultura e dello Sport, 2014.

\* nella contabilità locale i musei e le arti plastiche rientrano nella stessa voce.

**Evoluzione dei fondi pubblici destinati alla cultura**

La Spagna è uno dei Paesi più colpiti dalla recente crisi finanziaria. Negli ultimi anni la strategia di consolidamento fiscale ha portato ad un sostanziale taglio della spesa pubblica che ha pesantemente colpito il settore culturale (Bustamante, 2013). In soli due anni dal 2010 al 2012 il budget totale per la cultura è sceso del 30.5% in termini nominali (tabella 8).

Tabella 26. Andamento del budget per la cultura per livello di governo

(2010-2012, in migliaia di euro)

|                   | 2010             | 2011             | 2012             |
|-------------------|------------------|------------------|------------------|
| Governo nazionale | 1.050.642        | 956.931          | 772.443          |
| Governi regionali | 1.769.059        | 1.482.593        | 1.273.763        |
| Governi locali    | 4.042.551        | 3.396.862        | 2.725.907        |
| <b>TOTALE</b>     | <b>6.862.252</b> | <b>5.836.386</b> | <b>4.772.113</b> |
| % del PIL         | 0,65%            | 0,55%            | 0,46%            |

Fonte: Ministero dell'Istruzione, della Cultura e dello Sport, 2014.

Oltre alla drastica riduzione del finanziamento pubblico per la cultura, la crisi ha portato ad una crescita dell'imposta sul valore aggiunto a partire dal 2012 che è stata particolarmente rilevante per i beni culturali.

Sotto il nuovo regime fiscale, l'aliquota generale è cresciuta dal 18 al 21% mentre quella ridotta è aumentata dall'8% al 10%. Inoltre, molti beni culturali che prima godevano di un regime di tassazione agevolata sono stati riclassificati secondo l'aliquota generale con un incremento dall'8 al 21%. È il caso degli ingressi a teatro, al cinema e agli altri spettacoli; dei servizi prodotti da singoli artisti, dei servizi per la tv digitale, delle acquisizioni di opere d'arte.

### **Fondi Europei spesi nel periodo di programmazione UE 2007-2013**

Per il periodo di programmazione 2007-2013 alla Spagna sono stati assegnati un totale di 41.864 milioni di euro. Ciò rende la Spagna il secondo maggiore paese beneficiario di finanziamenti dopo la Polonia. Non si hanno informazioni di dettaglio sulla distribuzione di questo importo per tipologia di progetto e, in particolare, nessuna informazione per quanto riguarda la porzione assegnata alla cultura.

Come in altri paesi europei, i governi nazionale e regionali stanno compendo grandi sforzi per sviluppare nuovi progetti per la promozione della cultura e delle imprese creative per poter accedere alla programmazione europea 2014-2020. L'inclusione delle imprese creative nella Strategia di Smart Specialization regionale è vista come un possibile strumento per controbilanciare il calo dei finanziamenti pubblici a livello nazionale, integrando il bacino delle fonti che contribuiscono alla cultura con quelle finalizzate a politiche più ampie, focalizzate su altri settori (innovazione, ricerca, smart cities, ecc.).

Seguono, a titolo illustrativo, alcuni esempi di iniziative culturali finanziate con fondi comunitari.

#### **Box 18. Riqualificazione dell'Ospedale di Sant Pau di Barcellona (2009-2014)**

La Commissione Europea ha sostenuto il progetto di preservare uno dei principali siti del patrimonio architettonico di Barcellona contribuendo al riammodernamento dell'Ospedale di Sant Pau, patrimonio dell'umanità dell'UNESCO. Si tratta di una delle più importanti opere del patrimonio culturale realizzate a Barcellona nel corso degli ultimi anni, un *ensemble* architettonico composto da 19 padiglioni indipendenti con una superficie totale di circa 45 000 m<sup>2</sup>.

L'investimento complessivo per il progetto "Città internazionale di Sant Pau e patrimonio dell'Art Nouveau" è di 22,5 milioni di euro, con un contributo del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale di 11,3 milioni di euro sotto la priorità "Tutela e conservazione del patrimonio culturale" del programma operativo regionale "Cataluña" per il periodo di programmazione 2007-2013.

Quando nel 2009 le attività sanitarie sono state trasferite in un nuovo edificio, il sito ha assunto un nuovo ruolo: la fondazione privata dell'ospedale ha avviato i lavori per il restauro dei padiglioni e la passeggiata centrale, con l'obiettivo di creare un polo internazionale per la ricerca, la diffusione della conoscenza e l'innovazione. Oltre al restauro delle decorazioni Art Nouveau, sono stati fatti sforzi per creare uno spazio intelligente e sostenibile applicando tecnologie innovative al fine di garantire alta qualità e servizi a basso consumo energetico (attraverso un sistema di energia geotermica ad alta efficienza, tra i maggiori nel Sud Europa).

L'obiettivo del restauro è quello di attrarre nel sito di Sant Pau le sedi locali di istituzioni nazionali e internazionali di alto profilo, creando una piattaforma per l'interazione da cui possono emergere iniziative comuni. Alcune istituzioni, tra cui, l'Istituto Forestale Europeo (EFI), hanno già insediato alcune attività nel sito, nel tentativo di formare un hub di eccellenza nella ricerca forestale con il sostegno del Governo della Catalogna e altri attori del settore.

### Box 19. Parco Minerario Almadén, Castilla la Mancha, Spagna (2003-2010)

Il Parco Minerario Almadén è un luogo educativo, culturale e turistico costruito per preservare il vasto patrimonio minerario e industriale delle miniere di mercurio più grandi del mondo, costrette a chiudere nel 2003 a seguito di nuove restrizioni comunitarie relative al mercurio. È stato creato per contrastare il danno ambientale di 2000 anni di attività estrattive e per promuovere la conoscenza storica e scientifica circa l'industria mineraria locale presso il grande pubblico. Il Parco Minerario si è già sviluppato in un importante sito turistico della zona.

Dopo la chiusura delle miniere nel 2003, MAYASA, l'impresa pubblica che gestisce le miniere, ha optato per due azioni complementari: il recupero ambientale della zona e la conservazione del patrimonio industriale e culturale delle miniere. Ciò ha comportato la conservazione e il restauro di edifici storici, la conservazione dei documenti e delle mappe che risalgono al diciottesimo e al diciannovesimo secolo e l'utilizzo di strumenti per il miglioramento della salute e della sicurezza dei lavoratori e dei visitatori. Un accordo tra MAYASA e la città di Almadén firmato nel 2005 intende promuovere altri progetti sociali, industriali e turistici nel parco minerario. Un accordo del 2008 tra il Governo regionale di Castilla-La Mancha e la città di Almadén ha l'obiettivo di istituire nuovi progetti imprenditoriali nel settore, al fine di compensare gli effetti occupazionali e di declino industriale derivanti dalla cessazione delle attività estrattive.

Investimento totale: 10,9 milioni di euro.

Finanziamento UE: 1,4 milioni di euro.

### Box 20. Costruzione della Città delle Arti e delle Scienze di Valencia (1995-2005)

La Città delle Arti e delle Scienze è un complesso culturale e architettonico di intrattenimento della città di Valencia. La costruzione è iniziata nel 1996 e l'ultimo elemento, il Palazzo delle Arti della Regina Sofia, è stato inaugurato nel 2005. Il complesso è composto da diversi edifici e giardini moderni, i più importanti dei quali sono:

- il Museo della Scienza del Principe Felipe –un museo interattivo con una superficie di 40 000 m<sup>2</sup>
- l'Oceanografico - il più grande parco oceanografico d'Europa, con una superficie di 110 000 m<sup>2</sup>
- l'Hemisferic – 13 000 m<sup>2</sup> dedicati a un cinema IMAX, un planetario e un laserarium.
- il Palazzo delle Arti della Regina Sofia - un teatro d'opera e centro per lo spettacolo.

Questo progetto ha sollevato numerose polemiche: il costo complessivo, superiore ai 1300 milioni di euro, è stato considerato un'opera faraonica" inutile, emblema deterioro del boom edilizio spagnolo. Il complesso è anche diventato simbolo di spesa dissoluta, cattiva gestione finanziaria e di spreco di risorse a causa della consistente crescita dei costi aggiuntivi e del livello di indebitamento regionale cui ha contribuito. Il complesso è sottoutilizzato e vengono posti forti dubbi sul valore che ha portato al territorio.

La costruzione dell'ultimo edificio, il Palazzo delle Arti della Regina Sofia, è costata circa 500 milioni di euro, di cui oltre 200 finanziati dalla Banca Europea per gli Investimenti (BEI); ha inoltre beneficiato di ulteriori finanziamenti minori a valere sui fondi strutturali (ad esempio per migliorare l'efficienza energetica dell'edificio). Questo aspetto è stato criticato da politici di opposizione, secondo i quali l'uso di fondi BEI sarebbe improprio in questo contesto.

Il progetto viene considerato nel dibattito locale come un esempio che illustra i rischi connessi all'utilizzo di fondi europei per la costruzione di progetti troppo ambiziosi, nei quali lo sviluppo di grandi infrastrutture spiazza l'attenzione sulla programmazione e sulla sostenibilità, con il rischio di favorire comportamenti di opportunismo politico e di ricerca di posizioni di rendita (*rent seeking*).

## Industrie culturali e creative

In Spagna come in altri paesi, il potenziale economico della cultura è sempre più all'attenzione di politici a livello nazionale e regionale, fatto che determina una crescente enfasi sul sostegno alle imprese culturali e creative nel dibattito e nelle politiche pubbliche. In particolare, il Piano Strategico Generale 2012-2015 del Segretario di Stato per la Cultura include tra i principali obiettivi: il sostegno alla creazione,

l'innovazione e la produzione di conoscenza, la promozione della cultura su Internet, la tutela dei diritti di proprietà intellettuale. Lo stesso trend si registra a livello regionale e locale, con la conseguente, progressiva integrazione delle politiche per le ICC nelle strategie di sviluppo regionale.

Le industrie culturali e creative costituiscono l'ambito entro il quale il Ministero per l'Istruzione, la Cultura e lo Sport riconduce non solo i settori culturali "tradizionali" (cinema, arti visive, patrimonio culturale, arti performative, televisione, radio, musica, editoria) ma anche nuovi settori strettamente collegati all'innovazione e alla creatività: il design, la moda, l'architettura, la pubblicità, i nuovi media, i videogiochi, le arti interattive. Non è stata tuttavia finora formulata una definizione ufficiale con valore normativo.

A livello nazionale la classificazione per voci di spesa e le aggregazioni statistiche si basano sulle tradizionali industrie culturali. Non si raccolgono statistiche specifiche per le industrie creative, né si registra una definizione di tali industrie a fini di finanza pubblica. A livello subnazionale, alcune regioni ed enti locali utilizzano sempre più frequentemente la nozione di "industrie creative" nei propri piani strategici ma, anche in questo caso, manca allo stato attuale una definizione ufficiale ed univoca.

Le attività economiche riportate nella seguente lista sono considerate, a fini statistici, come industrie culturali (NACE Rev. 2 codici tra parentesi):

- Stampa e servizi connessi alla stampa (181)
- Riproduzione di supporti registrati (182)
- Produzione di elettronica di consumo (264)
- Fabbricazione di supporti ottici e magnetici (268)
- Fabbricazione di strumenti musicali (322)
- Pubblicazione di libri, periodici e altre attività editoriali (581)
- Attività cinematografica, di video e di programmi televisivi (591)
- Attività di registrazione sonora e dell'editoria musicale (592)
- Radiodiffusione (601)
- Attività di diffusione di programmi televisivi (602)
- Attività di design specializzate (741)
- Attività fotografiche (742)
- Attività creative, artistiche e di intrattenimento (900)
- Biblioteche, archivi, musei ed altre attività culturali (910)

Il Ministero della Cultura ha pubblicato nel 2014 alcuni dati sul valore della cultura ottenuti attraverso l'elaborazione di un conto satellite della cultura. Lo studio si concentra su un insieme di settori economici che appartengono all'intersezione tra due macro aree di attività: il "settore culturale" e le "attività legate alla proprietà intellettuale". I settori che rientrano in questa intersezione sono: archivi e biblioteche; libri e stampa; arti visive; arti performative; audiovisivi. Aggiungendovi i settori "patrimonio culturale" (che rientra soltanto nella macro-area "settore culturale"), della "information technology" e della "pubblicità" (che rientrano soltanto nella macro-area "attività legate alla proprietà intellettuale"), lo studio individua una "sfera culturale" che rappresenta una buona approssimazione l'ambito delle industrie culturali e creative

nell'accezione prevalente<sup>99</sup>. Nel periodo considerato le attività culturali valgono mediamente il 2,7% del PIL e quelle legate alla proprietà intellettuale il 3,5%. Per entrambi, dal 2008, si è registrato un calo che ha portato le prime a perdere il 3,9% del proprio valore ogni anno (da circa 30,5 miliardi a circa 26 nel 2012), le seconde circa il 2,4% (da 38,7 e a 35 miliardi).

A livello dei singoli settori, l'andamento è riassunto nella tabella seguente.

**Tabella 27. Apporto economico delle attività culturali e quelle legate alla proprietà intellettuale**

| Settori considerati nel periodo 2008 - 2012             | Andamento medio annuo | Valore medio % su PIL | Valore % sulla macro-area di riferimento |
|---------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------|
| <b>Patrimonio, archivi, biblioteche</b>                 | -1,3%                 | 0,2%                  | 7%                                       |
| <b>Libri e stampa</b>                                   | -2,8%                 | 1,0%                  | 38,20%                                   |
| <b>Arti visive</b>                                      | -7,0%                 | 0,4%                  | 15,10%                                   |
| <b>Arti performative</b>                                | -1,8%                 | 0,2%                  | 8,10%                                    |
| <b>Audiovisivi e multimedia</b>                         | -6,0%                 | 0,7%                  | <b>25,50%</b>                            |
| <b>Interdisciplinare</b>                                | -0,1%                 | 0,2%                  | 6%                                       |
| <b>Totale attività culturali</b>                        |                       | <b>2,7%</b>           | <b>100%</b>                              |
| <b>Attività legate a proprietà intellettuale</b>        | -4,5%                 | 2,3%                  | 65,90%                                   |
| <b>Information Technology</b>                           | 2,6%                  | 0,8%                  | 22,40%                                   |
| <b>Pubblicità</b>                                       | -0,8%                 | 0,4%                  | 11,70%                                   |
| <b>Totale attività legate a proprietà intellettuale</b> |                       | <b>3,5%</b>           | <b>100%</b>                              |

Fonte: elaborazione su dati Ministero dell'Educazione, Cultura e Sport disponibili su [http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/csce/portada/Satellite\\_Account\\_on\\_Culture\\_in\\_Spain\\_2008-2012.pdf](http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/csce/portada/Satellite_Account_on_Culture_in_Spain_2008-2012.pdf)

### **Governance delle Industrie Culturali**

A livello centrale, la formulazione e l'implementazione delle politiche per le ICC sono responsabilità della DG Politiche e Industrie Culturali e del Libro e in particolare della Sotto-direzione Generale per la Promozione delle Industrie Culturali e il Mecenatismo. La Sotto-direzione ha anche il compito di favorire e coordinare le attività di mecenatismo, promuovere la partecipazione della società attraverso programmi di sponsorizzazione e volontariato e di stabilire e gestire le sovvenzioni e gli strumenti di sostegno del ministero alle industrie culturali. Altre SG hanno competenze su specifici aspetti rilevanti per le ICC: la SG per la proprietà Intellettuale e la SG per la Cooperazione Culturale con le Comunità Autonome, incaricata di gestire e coordinare le attività in collaborazione con le CA.

Dal 2009 la DG elabora Piani di Promozione per le Industrie Culturale e Creative nei quali si stabiliscono le priorità e linee guida per il settore. Il Piano per il 2015 evidenzia le principali problematiche incontrate dalle micro e piccole imprese ICC, che costituiscono la maggiore quota delle imprese nel comparto. Tra le maggiori criticità si indicano la difficoltà di accesso al credito bancario e l'assenza di schemi privati di finanziamento; il difficile accesso ai mercati internazionali (legato alle dimensioni delle imprese e alla frammentazione dei mercati di riferimento), la mancanza di formazione imprenditoriale da parte dei professionisti culturali.

Per contrastare queste difficoltà il Piano delinea gli obiettivi della politica governativa per il comparto, che comprendono: favorire la creazione di reti per diffondere le buone pratiche; sostenere i partenariati intersettoriali; migliorare la formazione imprenditoriale dei professionisti; avviare programmi di mentoring per le startup; promuovere il mecenatismo e la collaborazione pubblico-privata.

<sup>99</sup> Per evitare fraintendimenti, è necessario considerare che il termine "industrie culturali e creative" non viene usato esplicitamente nello studio e che le note metodologiche specificano la non automatica corrispondenza tra i settori citati e la classificazione statistica ufficiale.

In linea con gli obiettivi elencati, il governo Ministero finanzia alcune misure specifiche. Nel 2015 sono in particolare operativi due bandi rivolti a operatori privati che propongono sovvenzioni economiche e alcune borse per la formazione degli operatori professionali.

I bandi 2015 prevedono:

- un sistema di incentivi alla creazione, modernizzazione e innovazione nelle imprese culturali e creative (che finanzia prevalentemente progetti digitali e tecnologici)
- un insieme di sovvenzioni per l'azione e la promozione culturale, rivolto alle organizzazioni senza scopo di lucro.

In entrambi casi il governo co-finanzia fino al 70% del costo complessivo dei progetti, che devono reperire tra fondi propri o di altra provenienza pubblica o privata la quota rimanente.

**Tabella 28. Sovvenzioni del Ministero dell'Istruzione, la Cultura e lo Sport per le ICC - 2015**

| <b>Sovvenzioni alla creazione, modernizzazione e innovazione nelle imprese culturali e creative</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Obiettivi                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementare l'offerta legale dei contenuti digitali culturali in Internet e migliorare l'accesso al pubblico.</li> <li>• Promuovere la modernizzazione e l'innovazione nelle imprese culturali e creative, promuovendo la loro internazionalizzazione.</li> <li>• Stimolare la partecipazione del settore privato al finanziamento di progetti culturali.</li> <li>• Promuovere l'offerta turistica culturale attraverso applicazioni digitali e nuove tecnologie.</li> </ul>                                                                                                           |
| Settori ammessi                                                                                     | Arti sceniche e visive, patrimonio culturale, cinema, tv, radio, pubblicità, videogiochi, design, moda, new media, libro e stampa, musica, architettura, turismo culturale e altri.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Beneficiari                                                                                         | Lavoratori autonomi, imprenditori, micro e piccole imprese culturali e creative Spagnole o Europee con residenza fiscale in Spagna.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Budget                                                                                              | Per l'edizione 2015 del bando, il Ministero dispone di un ammontare di 1.799.550 euro                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Sovvenzioni per l'azione e la promozione culturale</b>                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Obiettivi                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stimolare la partecipazione del settore privato al finanziamento di progetti culturali.</li> <li>• Incoraggiare la produzione di contenuti culturali.</li> <li>• Stimolare la professionalizzazione del settore culturale.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Attività ammesse                                                                                    | Prodotti e servizi culturali che svolgono una o più delle seguenti attività: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promozione dell'internazionalizzazione della cultura spagnola, potenziamento dei legami tra le Comunità Autonome e promozione della Spagna come destinazione turistico-culturale.</li> <li>• Attività di incentivo della partecipazione del settore privato al finanziamento di progetti culturali.</li> <li>• Utilizzo di nuove tecnologie per la creazione e diffusione di contenuti.</li> <li>• Promozione della formazione, professionalizzazione e creazione di reti nel settore culturale.</li> </ul> |
| Beneficiari                                                                                         | Persone giuridiche senza scopo di lucro, legalmente costituite e con residenza fiscale in Spagna. Non possono partecipare gli individui.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Budget                                                                                              | Per l'edizione 2015 l'ammontare complessivo è 1.900.000 euro.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

Fonte: Sovvenzioni alle industrie Culturali, 2015. Ministero dell'Istruzione, Cultura e lo Sport.

Sul fronte del finanziamento della formazione sono attivi i seguenti programmi:

- “FormARTE”: borse di studio per la formazione e la specializzazione nei settori culturali.
- “Culturex”, borse di studio per la formazione nel campo della gestione culturale all'estero presso la rete delle istituzioni culturali e degli uffici commerciali delle ambasciate spagnole all'estero.

Il ministero favorisce inoltre lo sviluppo di programmi in collaborazioni con terze parti, come il recente programma per la formazione degli imprenditori ICC realizzato in collaborazione con la Fondazione INCYDE (istituto del sistema delle Camere di Commercio).

Oltre alle iniziative governative si registrano numerose attività che favoriscono il comparto anche tra i programmi delle Comunità Autonome, che in alcuni casi hanno istituito strutture dedicate alle ICC nell'ambito delle amministrazioni regionali oppure costituito entità esterne dotate di alcuni gradi di autonomia. Tra queste ultime si segnalano l'Istituto per le Industrie Culturali e le Arti di Murcia, l'Istituto Catalano per le Imprese Culturali e l'Agenzia Galega per le Industrie Culturali.

#### **Box 21. L'Istituto Catalano per le Imprese Culturali (ICEC)**

L'ICEC è un organismo dipendente dal Dipartimento di Cultura della Comunità Autonoma di Catalunya, istituito nel 2000 per promuovere la creazione, la diffusione e il consumo di contenuti culturali. Contribuisce inoltre allo sviluppo delle imprese culturali e all'espansione dei mercati per i prodotti culturali catalani. Originariamente chiamato Istituto Catalano per le Industrie Culturali (ICIC), l'ICEC ha subito un processo di riforma che dal 2012 ha esteso l'ambito delle sue competenze, che ora comprendono i settori dei videogiochi e della danza.

Le sue principali linee di azione sono:

- a) La concessione di facilitazioni per le aziende catalane, che rientrano in programmi di finanziamento per la produzione e diffusione dei prodotti, aiuti alla professionalizzazione o incentivi per l'ammodernamento infrastrutturale.
- b) 2) Azioni per facilitare l'accesso delle imprese ICC al credito attraverso accordi con imprese e istituzioni finanziarie (ha collaborato in particolare con Avalis SGR, una società di mutua garanzia per il finanziamento di PMI, e con l'Istituto Catalano di Finanza per facilitare il finanziamento oneroso e la partecipazione al capitale di rischio).
- c) Progetti di supporto allo sviluppo imprenditoriale per migliorare le capacità gestionali e di affermazione sui mercati (incremento delle competenze finanziarie, della competitività e della capacità d'innovazione, di accesso ai mercati internazionali tramite la partecipazione a fiere ed eventi di portata internazionale, ecc.).

Il budget per il 2014 è stato di 45,6 milioni di euro, finanziato principalmente dal Dipartimento di Cultura della Catalogna e in misura minore attraverso fondi comunitari, restituzione di prestiti erogati negli anni precedenti (7.42%) e altre risorse (3.28%), tra cui gli introiti della Filmoteca de Catalunya gestita dall'Istituto stesso. Nel medesimo anno l'ICEC ha erogato sovvenzioni dirette per 27,6 milioni di euro, destinate prevalentemente alle arti sceniche, ai settori audiovisivo e musicale e, in parti minori, a quelli delle discipline multimediali e all'architettura.

### ***Distretti culturali***

Le imprese ICC spagnole sono territorialmente concentrate: il 55,5% è localizzato principalmente nelle Comunità Autonome di Madrid, Catalogna e in minor misura in Andalusia. La tabella mostra la distribuzione percentuale delle aziende culturali tra le CA che ne registrano una maggior presenza. Le regioni di Madrid e Catalogna, e in particolare le zone urbane dei capoluoghi, sono tra i primi posti anche a livello Europeo, dopo Ile- de-France, l'Inner London e la Lombardia (Power, 2011).

Tabella 29. Distribuzione delle imprese culturali per comunità autonoma

| Comunità autonoma          | %      |
|----------------------------|--------|
| Comunità di Madrid         | 22.7 % |
| Catalogna                  | 20.2 % |
| Andalusia                  | 12.6 % |
| Comunità Valenziana        | 9.4%   |
| Paesi Baschi               | 5.7 %  |
| Galizia                    | 5.4%   |
| 11 altre comunità autonome | 24%    |

Fonte: Ministero dell'Istruzione, della Cultura e dello Sport, Annuario di statistiche culturali 2014

Negli ultimi anni sono state avviate numerose iniziative, principalmente a livello regionale o locale, che presentano caratteristiche di cluster. Sorte su iniziativa pubblica o privata, hanno caratteri e campi di attività eterogenei. Alcuni esempi includono:

- Distretto del settore audiovisivo della Catalogna, creato nel 2013 da un'iniziativa del settore privato per favorire la collaborazione con le imprese; comprende circa 50 soggetti. A Barcellona, seguendo lo sviluppo del distretto 22@Barcelona avviato dal Governo locale, sono stati creati a partire dal 2000 i cluster per i nuovi media, il design e le ICT.
- Il Governo regionale e la Camera di Commercio di Madrid hanno costituito Madrid Network, un'organizzazione per sostenere le imprese attraverso l'innovazione. Supporta 12 cluster, di cui 3 collegati alla cultura e alla creatività: il distretto ICT-Audiovideo; il distretto per il design grafico e la comunicazione; la Spanish Platform (per promuovere il valore economico della lingua spagnola).
- Nel 2012, è stato costituito il Consiglio per il Design e la Creatività Bilbao-Bizkaia, un'organizzazione per favorire il contributo delle industrie creative allo sviluppo locale nel solco della positiva trasformazione urbana seguita all'apertura del Museo Guggenheim nel 1997. Alcune recenti iniziative comprendono: un master internazionale in design industriale; un centro avanzato per la moda; una piattaforma di promozione dei prodotti audiovisivi all'estero; un incubatore di imprese specializzate in contenuti digitali; una nuova linea di *serious games* specializzata nel settore sanitario.

## Box 22. “Consiglio per il Design e la Creatività Bilbao – Bizkaia”

Il Bilbao Bizkaia Design & Creativity Council (BiDC) è un organismo partecipato da enti pubblici, associazioni di categoria, aziende e organizzazioni di diversa natura (tra cui università, musei, incubatori) costituito nel 2012 con lo scopo di promuovere le industrie creative e il design come fattori di sviluppo economico e proiezione internazionale del territorio. È presieduto congiuntamente dal consiglio provinciale di Biscaglia e dal Comune di Bilbao, opera attraverso un Board di 32 associati e si avvale della funzione consultiva di un “forum” che comprende più di 200 aziende e organizzazioni nel campo dell’arte, della pubblicità, della tecnologia, della moda, degli audiovisivi, dei videogiochi, del design, dei contenuti digitali e dell’architettura.

Si concentra principalmente sullo sviluppo di progetti che contribuiscono al raggiungimento di un maggiore peso economico “culturale e creativo” del territorio e alla creazione di occupazione nei settori creativi. Costituisce inoltre una piattaforma per il networking e per la comunicazione di attività sviluppate dai propri membri in contesti autonomi e indipendenti. Tali attività, svolte da singoli associati o loro raggruppamenti, rientrano in quattro aree tematiche principali (città e cittadinanza; aziende e designers; internazionalizzazione; formazione e ricerca) e afferiscono di norma a uno o, preferibilmente, a più di uno tra i settori rappresentati; non sono tuttavia escluse iniziative legate ad altri settori (gastronomia, commercio, artigianato, ecc.), secondo una strategia che punta esplicitamente alla contaminazione intersettoriale.

### Approccio all'internazionalizzazione

L’approccio all’internazionalizzazione del BiDC consiste nel definire annualmente un paese partner tra i più attivi nella promozione della creatività e nello stipulare con una o più organizzazioni provenienti da quelle realtà accordi - quadro di collaborazione che impegnano i propri membri alla realizzazione di iniziative comuni.

BiDC non entra nel merito delle forme di collaborazione, che non hanno un contenuto predefinito e possono condurre a partenariati che presentano gradi di integrazione internazionale diversi, tarati sulle esigenze dei singoli partecipanti: si sono realizzati finora scambi di esperienze, partecipazioni congiunte a manifestazioni settoriali, partenariati di progetto finalizzati all’acquisizione di fondi comunitari, accordi di distribuzione, realizzazione di joint-venture.

Nel 2014 è stato siglato un accordo con il British Council in base al quale è stata avviata o realizzata una serie di progetti e attività da parte di tutti i circa 230 membri con controparti dal Regno Unito. Tra i progetti realizzati, a titolo di esempio, rientrano:

- KWIDO – una piattaforma di teleassistenza per anziani accessibile e multi – device. L’azienda di parte basca ha stipulato con la controparte un accordo di distribuzione sul mercato britannico;
- HUMAN MOBILITY DESIGN PROJECT – collaborazione tra studi di design baschi e britannici su progetti di mobilità urbana;
- REPLACING REALITY ART PROJECT – concorso di idee basco-britannico per la realizzazione di progetti legati alla fruizione del patrimonio architettonico urbano attraverso la realtà aumentata;
- FURNITURE MARKETPLACE DECORAMUS – realizzazione di un sito di shopping online per articoli di arredamento e design per la casa.

**Box 23. Rigenerazione urbana e rivitalizzazione economica: Il distretto dell'innovazione 22@Barcellona**

Avviato a Barcellona con un forte finanziamento pubblico dei governi locale e regionale e il successivo coinvolgimento privato, il progetto si estende su quasi 200 ettari nell'antico quartiere industriale di Pobleu, nel centro della città.

22@Barcelona è sorto in un'area già interessata da precedenti interventi di rigenerazione urbana (nel '92 vi si costruì il "villaggio olimpico" e successivamente un auditorium, il Teatro Nazionale della Catalogna e l'Università Pompeu Fabra) sulla quale si sono innestati, nel 2002, ulteriori interventi per far fronte alle conseguenze della deindustrializzazione. Il progetto ha trasformato il quartiere in un complesso multifunzionale, un "distretto dell'innovazione" che ospita attività economiche (soprattutto piccole e medie imprese) e commerciali, spazi per il lavoro, abitazioni, attività ricreative e istituzioni culturali, secondo il modello di "città compatta".

22@Barcelona è uno spazio concepito stimolare, attraverso la concentrazione geografica, le ricadute inter-settoriali tra attività ad alta intensità di conoscenze: vi si trovano 5 cluster per i settori del design, new media, TIC, energia e tecnologia medica; offre inoltre servizi di accompagnamento per le imprese come incubatori, accesso a finanziamenti, formazione e networking.

Concepito secondo un disegno urbano flessibile, adattabile alle condizioni del territorio e ai cambiamenti a lungo termine, ha costituito una sfida per le autorità locali, impegnate a trovare un equilibrio tra condizioni di mercato interessanti per gli investitori immobiliari e i proprietari e prezzi accessibili, non soggetti a future spirali speculative.

**Il settore turistico*****Governance del settore turistico a livello centrale***

A livello centrale il turismo ricade nelle competenze del Ministero dell'Industria, dell'Energia e del Turismo e più specificamente degli Uffici della Segreteria di Stato per il Turismo. Da questi dipende l'Istituto per il Turismo Spagnolo (Turespaña), l'amministrativa centrale incaricata di promuovere la Spagna all'estero come destinazione turistica. Turespaña si avvale di 33 uffici in tutto il mondo, parte delle Ambasciate e dei Consolati spagnoli, per operare nelle seguenti aree:

- pianificazione, sviluppo e implementazione di attività per la promozione della Spagna come destinazione turistica sul mercato internazionale;
- supporto al marketing dei prodotti turistici spagnoli all'estero in cooperazione con le autorità regionali e locali e il settore privato;
- attività di ricerca e raccolta di informazioni statistiche sul settore turistico e creazione, disseminazione e coordinamento del know-how settoriale.

Un altro ente che opera nei settori culturale e turistico è *Paradores de Turismo*<sup>100</sup>, una società pubblica dipendente dal Ministero dell'Industria, dell'Energia e del Turismo con il compito principale di gestire una rete di proprietà statali utilizzate a fini turistici. Creata nel 1928, conta oggi una rete di 94 hotel e ristoranti in edifici storici selezionati in tutta la Spagna, per un totale di 10000 posti letto. Promuove il turismo culturale e contribuisce a mantenere un patrimonio nazionale costituito da palazzi storici e castelli, fortezze, conventi ed edifici medievali adibiti ad alberghi.

***Competenze regionali e locali e coordinamento tra livelli amministrativi***

Se lo Stato mantiene la titolarità delle relazioni internazionali, della promozione e del marketing turistico all'estero, delle politiche turistiche e della regolamentazione generale delle attività turistiche, le regioni autonome, secondo la Costituzione spagnola, hanno la responsabilità della promozione e della regolamentazione del turismo all'interno dei rispettivi territori. Gli Enti Locali gestiscono i propri interessi in

<sup>100</sup> <http://www.parador.es>

ambito turistico principalmente in termini di promozione e disseminazione di informazioni. Sono diffusi i “*Patronati de Turismo*” (soprattutto nelle principali città), da cui dipendono gli Uffici dei Congressi (Oficinas de Congresos), e che a loro volta supportano il settore privato nelle sue strategie commerciali per l’attrazione di congressi e fiere.

Tale distribuzione dei poteri crea un network di relazioni inter-amministrative che necessita di strumenti di coordinamento che assicurino l’efficacia delle azioni.

Tra questi, nel 2010 è stato lanciato un nuovo Piano per la Promozione del Turismo Culturale, definito congiuntamente dai ministeri della Cultura, degli Affari Esteri e Cooperazione e dell’Industria, Turismo e Commercio con l’obiettivo di promuovere il turismo culturale nel paese intensificando la promozione dei musei, dell’arte, degli eventi musicali, delle vie culturali e dei siti UNESCO.

Il sistema di governo del settore prevede inoltre meccanismi preposti al coordinamento istituzionale, che attualmente sono:

- il Comitato interministeriale per il turismo (Comisión Interministerial de Turismo), un ente collegiale con funzioni consultive e di coordinamento esecutivo tra i ministeri coinvolti nel turismo;
- la Conferenza settoriale del turismo (Conferencia Sectorial de Turismo), un ente collegiale che riunisce i rappresentanti del governo centrale e delle regioni autonome con responsabilità legate al turismo,
- il Consiglio spagnolo del turismo (CONESTUR - Consejo Español de Turismo), un ente consultivo che riunisce tutte le amministrazioni con competenze turistiche (stato, regioni e province/città) e il settore privato (Camere di Commercio, associazioni di categoria, sindacati e una vasta gamma di professionisti legati al turismo)
- il Consiglio consultivo di turespaña (Consejo Asesor de Turespaña), un comitato consultivo formato nel 2013 allo scopo di migliorare la collaborazione con il settore privato. Comprende undici membri, cinque dei quali provengono dal settore privato.

### ***L’economia turistica della Spagna***

Il turismo è uno dei pilastri dell’economia spagnola e un volano importante per lo sviluppo del paese. Rappresenta quasi il 10% del PIL e occupa il 12% della popolazione (MINETUR, 2015); registra inoltre un tasso di disoccupazione significativamente più basso (15,3%) rispetto al livello nazionale (24.5%).

Grazie a una costante crescita annuale, il settore contribuisce a compensare il deficit commerciale del paese. Con 65 milioni di visitatori stranieri nel 2014 (+7.1% rispetto al 2013) e 63.094 milioni di euro derivanti dal turismo internazionale (+6,5%), la Spagna ha consolidato nel 2014 la sua posizione come terza destinazione dei flussi internazionali (dopo gli Stati Uniti e la Francia) secondo l’UNWTO, registrando il picco storico di fatturato turistico finora (MINETUR, 2014).

Tale andamento positivo è riscontrabile anche nei dati delle Comunità Autonome, che hanno tutte registrato una crescita di arrivi internazionali, anche se di entità differente, dimostrando una forte concentrazione in alcune specifiche destinazioni (tabella 12). La Catalogna ha beneficiato dei maggiori flussi e dei maggiori ricavi turistici, un totale di 15.132 milioni di euro (+6.7% rispetto al 2013), raggiungendo insieme a Canarie e Baleari oltre il 60% dei flussi e dei ricavi nel 2014; nelle sole prime sei regioni concentra il 90.6% del turismo complessivo.

Tabella 30. Flussi e spesa del turismo internazionale per Comunità Autonoma nel 2014

|                       | N. turisti | % del totale turisti | % var. annuale (2013) | Spesa (milioni) | % del Totale spesa | % var. annuale (2013) |
|-----------------------|------------|----------------------|-----------------------|-----------------|--------------------|-----------------------|
| <b>Catalogna</b>      | 168 141 99 | 25.86                | 7.6                   | 15.132          | 24                 | 6.7                   |
| <b>Canaria</b>        | 11 475 211 | 17.65                | 8                     | 12.444          | 19.7               | 6.6                   |
| <b>Baleari</b>        | 11 367 224 | 17.48                | 2.8                   | 10.38           | 16.5               | -2.4                  |
| <b>Andalusia</b>      | 8 501 991  | 13.08                | 7.8                   | 9.349           | 14.8               | 11.4                  |
| <b>C. Valenziana</b>  | 6 233 881  | 9.59                 | 4.4                   | 5.388           | 8.5                | 3.4                   |
| <b>Madrid</b>         | 4 546 559  | 6.99                 | 7.5                   | 5.478           | 8.7                | 9.1                   |
| <b>Resto delle CA</b> | 6 056 210  | 9.31                 | 14.68                 | 4.923           | 7.8                | 18.5                  |
| <b>Totale</b>         | 64 995 275 | 100                  | 7.1                   | 63.094          | 100                | 6.5                   |

Fonte: Elaborazione su dati del Ministero dell'Industria, energia e turismo (2014).

### Turismo culturale

Il compendio di Statistiche Culturali (2014) fornisce una serie di dati sul turismo culturale a livello nazionale, risultati da un'analisi appositamente realizzata per il Ministero dell'Istruzione, Cultura e Sport. Secondo questo documento nel 2013 i viaggi nazionali a prevalente motivazione culturale sono stati 9.9 milioni (12, 3% del totale dei viaggi *leisure*). Per quanto riguarda i turisti internazionali, le cifre si attestano sui 7,4 milioni di arrivi, (il 14% del totale).

La stima del valore complessivo del turismo a motivazione culturale raggiunge nello stesso anno gli 11.7 milioni di euro di cui 4.2 milioni dai residenti spagnoli e 7.5 milioni di euro da turisti internazionali. Lo stesso studio segnala che il 53,9% dei turisti internazionali svolge almeno un'attività culturale nel corso del viaggio, anche se questa non è la principale motivazione.

Le tabelle sotto mostrano le CA che hanno registrato le maggiori affluenze e ricavi da turismo culturale nazionale e internazionale. Anche questa classifica mostra al vertice la Catalogna e l'Andalusia, (nelle quali si concentra il 47% della spesa internazionale) seguita dalle Baleari nel caso degli arrivi internazionali, da Madrid per quelli nazionali. È interessante notare che Catalogna, Andalusia, e Baleari concentrano la maggior quota del patrimonio culturale immobile (tabella 2).

Tabella 31. Flussi e spesa del turismo nazionale principale motivazione culturale per CA (2013)

|                         | Turisti Nazionali |            |                 |            |
|-------------------------|-------------------|------------|-----------------|------------|
|                         | N. (Migliaia)     | % totale   | Spesa (milioni) | % Totale   |
| <b>Andalusia</b>        | 13165             | 18.5       | 3306            | 18.5       |
| <b>Catalogna</b>        | 9440              | 13.2       | 2082            | 11.6       |
| <b>Madrid</b>           | 8289              | 11.6       | 2098            | 11.7       |
| <b>Castiglia e Leon</b> | 7764              | 10.9       | 1609            | 9          |
| <b>Altre CA*</b>        | 32448             | 45.6       | 8718            | 48.9       |
| <b>Totale</b>           | <b>71106</b>      | <b>100</b> | <b>17813</b>    | <b>100</b> |

\*si escludono le CA di Murcia e Ceuta e Melilla per mancanza di dati.

Fonte: Elaborazione su dati del Compendio di statistiche culturali 2014, Ministero dell'Istruzione, Cultura e lo Sport

Tabella 32. Flussi e spesa del turismo internazionale principale motivazione culturale per CA (2013)

|                  | N (migliaia)  | % N. totale | Spesa (milioni) | % spesa totale |
|------------------|---------------|-------------|-----------------|----------------|
| <b>Catalogna</b> | 102807        | 31.8        | 102452          | 29.3           |
| <b>Andalusia</b> | 49870         | 15.2        | 57516           | 16.4           |
| <b>Baleari</b>   | 49628         | 14.5        | 51148           | 14.6           |
| <b>Madrid</b>    | 32076         | 10.7        | 42913           | 12.3           |
| <b>Altre CA*</b> | 91840         | 27.8        | 95916           | 27.4           |
| <b>Totale</b>    | <b>326221</b> | <b>100</b>  | <b>349945</b>   | <b>100</b>     |

\*si escludono le CA di Murcia e Ceuta e Melilla per mancanza di dati.

Fonte: Compendio di statistiche culturali 2014, Ministero dell'Istruzione, Cultura e lo Sport

A livello locale, è interessante segnalare che anche nel 2010 a Barcellona è stato effettuato un tentativo di misurare il turismo culturale. Un sondaggio somministrato alle aziende creative da parte di *Barcelona Turisme Creatiu* ha consentito di stimare che le istituzioni culturali nella città hanno ospitato circa 14 000 turisti creativi nel corso dell'anno, per una spesa stimata di 2,8 milioni di euro.

Una ricerca del programma Creative Tourism Barcelona ([www.barcelonacreativa.info](http://www.barcelonacreativa.info)) indica come i turisti attratti da esperienze di apprendimento creativo siano principalmente professionisti con un'alta formazione e tendano a rimanere nella città per un periodo di tempo relativamente lungo. Essi inoltre interagirebbero con i settori creativi locali e contribuirebbero a consolidare la vivacità culturale della città, caratterizzandola ulteriormente come meta turistica creativa.

### Riferimenti bibliografici

- Aguiar Losada, E., (2014), "Las industrias culturales y creativas en Espana", Working Paper 2014/13 UAM-Accenture Chair on the Economics and Management of Innovation, Autonomous University of Madrid, Faculty of Economics AA.VV., (2012), "La industrias culturales y creativas. Un sector clave de la nueva economia", Fundación IDEAS
- AA.VV. (2010), "Indstrias de la creatividad", Fundacion EOI
- Bustamante, E. (2013), "España: La Cultura en Tiempos de Crisis", *Fundación Alternativas, Documento de Trabajo 12/2013*, [www.falternativas.org/occ-fa/documentos/espana-la-cultura-en-tiempos-de-crisis-fuentes-financieras-y-politicas-publicas](http://www.falternativas.org/occ-fa/documentos/espana-la-cultura-en-tiempos-de-crisis-fuentes-financieras-y-politicas-publicas)
- Instituto Nacional de Estadística (2013) Cuenta Satélite del Turismo de España. Serie 2008–2012 <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t35/p011&file=inebaseJefatura del Estado> (2013). Ley 7/1985, Reguladora de las Bases del Régimen Local. <https://www.boe.es/buscar/pdf/1985/BOE-A-1985-5392-consolidado.pdf>
- María Ángeles Querol (2010). Manual de gestión del Patrimonio Cultural. Ediciones Akal, Madrid.
- Memòria de l'Institut Català de les Empreses Culturals 2014. Departament de Cultura, Generalitat de Catalunya. [http://issuu.com/icec\\_generalitat/docs/150526\\_mem\\_\\_ria\\_2014](http://issuu.com/icec_generalitat/docs/150526_mem__ria_2014)
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Secretaria de Estado de Cultura (2015) Plan de Fomento de Industrias Culturales 2015
- Ministry of Education, Culture and Sports (2012), "General Strategic Plan 2012-2015", Secretary of State of Culture, [www.cultura.gob.es/principal/docs/novedades/2012/PlanEstrategicoGeneral2012-2015.pdf](http://www.cultura.gob.es/principal/docs/novedades/2012/PlanEstrategicoGeneral2012-2015.pdf)

- Ministry of Education, Culture and Sports (2014), “Yearbook of Cultural Statistics 2014”, [www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2014/Anuario\\_de\\_estadisticas\\_culturales\\_2014.pdf](http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2014/Anuario_de_estadisticas_culturales_2014.pdf)
- Ministry of Education, Culture and Sports (2012) “Satellite Account on Culture in Spain “, <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/csce/portada.html>
- Power, D. (2011), Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries. The European Cluster Observatory Europa Innova Paper N° 16.
- Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos (2004). La Política Cultural En España
- Rius Ulldemolins, J. (2014). “Modelos de política cultural y modelos de equipamientos culturales: de los modelos nacionales a los modelos locales. Análisis del caso de Barcelona”. Política y Sociedad, Vol 51, Núm. 2: 399-422
- Rius, Zamorano (2014) ¿Es España un Estado casi-federal en política cultural? Articulacion y conflicto entre la política cultural del Estado central y la CA de Cataluña. Revista d’Estudis Autònomic i Federals. Num. 19 pp. 274-307. <http://www.gencat.cat/governacio/pub/sum/iea/reaf19.pdf>
- Rubio Arostegui, J.A (2008) Génesis, configuración y evolución de la política cultural de Estado a través del Ministerio de Cultura 1977-2007. Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=38070105>
- Villarroya, A. and V. Ateca-Amestoy, (2014), “Spain Profile”, *Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe, 15<sup>th</sup> edition*, Council of Europe/ERICarts, <http://www.culturalpolicies.net>

## SVIZZERA

### Introduzione

In Svizzera il potere è condiviso tra lo Stato, i cantoni e i comuni. A livello nazionale l'Assemblea Federale, formata dal Consiglio Nazionale (rappresentante del popolo) e dal Consiglio degli Stati (rappresentante dei cantoni), costituisce l'ente legislativo dello Stato. Le decisioni e le leggi adottate dall'Assemblea Federale si applicano a tutto il paese attraverso l'operato del Consiglio Federale, l'organo esecutivo composto di 7 consiglieri federali responsabili dei 7 dipartimenti del Governo centrale. I cantoni sono responsabili della politica a livello locale grazie al vasto potere legislativo, esecutivo e giudiziario che è loro conferito. L'attività politica di ogni cantone viene gestita in modo autonomo, regolata da una costituzione, un parlamento, un governo e un tribunale, inserendosi tuttavia nel quadro normativo definito dall'Assemblea Federale. Anche i comuni sono titolari del potere legislativo ed esecutivo e possono elaborare misure che non rientrano nelle legislazioni cantonali o federali.

Sebbene il Governo centrale sia oggi coinvolto nelle politiche culturali del Paese, la Costituzione federale del 1848 si limitava in un primo tempo a definire le questioni culturali nell'ambito degli affari esteri, senza particolare attenzione alla promozione culturale all'interno del Paese. Dal 1886 in poi si sono moltiplicate le misure federali a favore di una politica culturale nazionale volta ad affermare l'identità svizzera e a rafforzare legami e scambi all'interno di un paese caratterizzato da 4 tradizioni linguistiche. I primi decreti federali in materia sono dedicati a proteggere il patrimonio storico (1886) e a promuovere le arti (1887), mentre il museo nazionale svizzero è stato istituito nel 1890. Ciononostante, misure mirate specificamente al settore culturale sono state inserite nella Costituzione solo nel 1958, con disposizioni a favore del cinema nazionale<sup>101</sup>, seguite nel 1959 da un articolo sulla protezione dei beni culturali<sup>102</sup>.

Nel 1975, un rapporto intitolato "Elementi per una politica culturale in Svizzera" ha delineato i primi contorni di una politica nazionale per il patrimonio culturale e la creazione artistica; ha inoltre raccomandato l'elaborazione di un articolo costituzionale che definisca le competenze della Confederazione nell'ambito culturale e la creazione di accademie d'arte nazionali e di centri di documentazione e di studio culturale. Il percorso delineato nel rapporto è stato tuttavia ostacolato in diverse occasioni: nel 1980 si è registrato il rifiuto di un'iniziativa federale sull'instaurazione di un budget a livello di Confederazione, giudicata troppo centralistica; nel 1986, attraverso votazione popolare, segue la stessa sorte una controproposta elaborata dal Consiglio federale nella stessa direzione; nel 1991 è stata respinta un'iniziativa legislativa sulla promozione culturale federale<sup>103</sup>.

### Governance e politiche culturali

#### Struttura amministrativa

Soltanto in occasione della profonda revisione costituzionale del 1999 le competenze culturali della Confederazione vengono definitivamente normate. Oltre a confermare alcune competenze già accordate in materia di cinema, patrimonio, monumenti, lingua, relazioni culturali con l'estero, l'articolo 69 della nuova Costituzione<sup>104</sup> afferma che:

<sup>101</sup> articolo 27ter (art. 71 Cost.)

<sup>102</sup> articolo 22bis (art. 61 Protezione civile)

<sup>103</sup> Cronologia della Promozione Culturale della Confederazione, <http://www.bak.admin.ch/themen/04128/04213/index.html?lang=it>

<sup>104</sup> Costituzione Federale della Confederazione Svizzera (1999), Capitolo 2: Competenze; Sezione 3: Formazione, Ricerca e Cultura, [www.admin.ch/opc/it/classified-compilation/19995395/index.html](http://www.admin.ch/opc/it/classified-compilation/19995395/index.html)

- il settore culturale compete ai Cantoni;
- la Confederazione può sostenere attività culturali d'interesse nazionale e promuovere l'espressione artistica e musicale, in particolare tramite l'istruzione;
- nell'adempimento dei suoi compiti, tiene conto della pluralità culturale e linguistica.

La prima legge di promozione culturale (LPCu), sviluppata in seguito alla modificazione della Costituzione nel 1999 è stata accettata dal Parlamento nel 2009 ed entrata in vigore nel 2012<sup>105</sup>; essa disciplina le competenze della Confederazione sulla salvaguardia del patrimonio culturale, la promozione della creazione artistica e culturale, la promozione delle “nuove leve”, la mediazione culturale, gli scambi tra le comunità culturali e linguistiche in Svizzera e gli scambi culturali con l'estero.

Dal 1° gennaio 2010 è inoltre in vigore la legge federale concernente i musei e le collezioni della Confederazione (LMC), in base alla quale il Consiglio federale e il Parlamento intendono armonizzare le attività federali nell'ambito dei musei e gettare le basi per una politica globale di tutti i musei e le collezioni della Confederazione.

L'Ufficio Federale della Cultura (UFC) e la Fondazione Pro Helvetia sono, le due principali strutture di livello federale che implementano la politica culturale, sotto il coordinamento del Dipartimento federale dell'Interno.

### **Ufficio Federale della Cultura**

L'Ufficio federale della cultura (UFC) è il principale responsabile della politica culturale della Confederazione. Tra le sue funzioni di indirizzo rientrano la definizione del quadro istituzionale e giuridico (inclusa l'elaborazione delle principali norme), la valutazione degli impatti delle norme di altri ambiti sul settore culturale (per es. applicazione dell'IVA, scambi internazionali, istruzione, politiche linguistiche, ecc.), la rappresentanza in campo culturale internazionale e la stipula di accordi.

Si occupa inoltre di promozione, salvaguardia e mediazione della diversità culturale. Promuove la creazione culturale in ambiti quali l'arte e il cinema, gestisce i musei e le collezioni della Confederazione, sostiene la salvaguardia dei monumenti storici e s'impegna a favore della formazione culturale. Gestisce inoltre i finanziamenti e i sussidi per il patrimonio culturale svizzero, in particolare per la conservazione di siti, monumenti e oggetti archeologici e per progetti di ricerca e comunicazione. Per svolgere questi compiti l'UFC è organizzato in due settori: Patrimonio culturale e fruizione e produzione e diversità culturale. Nel paragrafo dedicato al patrimonio culturale vengono analizzate con maggiore dettaglio alcune delle principali funzioni dell'UFC rispetto.

### **Pro Helvetia**

L'incoraggiamento alla creazione e alla diffusione della cultura svizzera all'estero è la missione della fondazione federale Pro Helvetia, istituita nel 1939 come gruppo di lavoro prima di diventare nel 1949 una fondazione di diritto pubblico a rilevanza nazionale. Il suo mandato, definito dalla legge per la promozione della cultura, è di completare l'azione dei comuni e dei cantoni nell'ambito della promozione culturale. Per il periodo 2012-2015 il budget della Confederazione allocato alla promozione culturale ammonta a 637.9 milioni di euro, di cui 140.4 assegnati a Pro Helvetia, per una media di circa 35 milioni l'anno. Tali risorse, al netto dei costi di funzionamento (circa il 12%) sono destinate al sostegno e alla promozione della creazione artistica (il 37% ad attività culturali svizzere e il 63% all'attività di promozione internazionale). A livello nazionale la maggioranza dei progetti ha avuto luogo nell'area di lingua tedesca (59%), a seguire nella parte francese (33%). I sussidi alla parte italiana e romancia sono molto inferiori: in queste regioni sono stati sviluppati rispettivamente solo il 7% e l'1% dei progetti.

<sup>105</sup> 422.1 Legge Federale sulla Promozione della Cultura, [www.admin.ch/opc/it/classified-compilation/20070244/index.html](http://www.admin.ch/opc/it/classified-compilation/20070244/index.html)

**Tabella 33. Distribuzione dei crediti di sostegno di Pro Helvetia, per disciplina e importo, 2013**

| Disciplina            | Numero di progetti | Importo *   |
|-----------------------|--------------------|-------------|
| Musica                | 1033               | 5           |
| Arti visive           | 972                | 7.4         |
| Letteratura e società | 828                | 5.7         |
| Teatro                | 311                | 3.7         |
| Danza                 | 218                | 4.3         |
| Interdisciplinari     | 177                | 4.5         |
| <b>Totale</b>         | <b>1718</b>        | <b>30.6</b> |

\* In milioni di franchi. Spese culturali indirette incluse

Fonte: elaborazione personale con dati pubblicati in Pro Helvetia, *Rapporto Annuale 2013*, [www.prohelvetia.ch/fileadmin/user\\_upload/customers/prohelvetia/Jahresbericht\\_2013/PDF/FR/JB\\_FR\\_0424\\_Statistiken.pdf](http://www.prohelvetia.ch/fileadmin/user_upload/customers/prohelvetia/Jahresbericht_2013/PDF/FR/JB_FR_0424_Statistiken.pdf)

I numeri riportati nella tabella 1 mostrano che, in termini di progetti sostenuti dalla fondazione, il settore della musica è stato il più sostenuto nel 2013; in termini di risorse allocate, le arti visive superano le altre discipline.

I costi di funzionamento coprono le spese tecniche ed operative degli uffici esteri, i programmi di incentivo e di scambio artistico, nonché l'informazione culturale. Pro Helvetia è articolata in sedi all'estero: 4 centri culturali svizzeri nelle città di Parigi, Roma, New York e San Francisco e 4 uffici di collegamento al Cairo, Johannesburg, New Delhi e Shanghai.

### ***Collaborazioni internazionali***

La promozione della cultura svizzera a livello internazionale tramite le attività delle sedi all'estero viene implementata attraverso progetti innovativi di scambio culturale tra la Svizzera e i paesi limitrofi. Negli ultimi anni Pro Helvetia ha dedicato circa il 10% del proprio budget all'organizzazione di collaborazioni artistiche a livello transfrontaliero. Tra queste, "la belle voisine" tra la Svizzera e la Regione francese Rhône-Alpes e il progetto "Triptic" tra l'Alsazia, il Baden-Württemberg e la parte nord-ovest della Svizzera. In corso fino all'autunno 2015 e sostenuta sia dalla Confederazione che dalle collettività locali di entrambi paesi, l'iniziativa "Viavai" (finanziata con 1.45 milioni di franchi) si concentra su una serie di 18 progetti di collaborazione artistica tra attori culturali svizzeri e lombardi. La Fondazione si dedica inoltre alla creazione di legami culturali con mercati emergenti: ne è un esempio rappresentativo il progetto "Swiss Made in Russia" volto, nel periodo 2013-2015, a rinforzare le relazioni culturali con una realtà in grande espansione culturale come la Russia, meta di un numero crescente di artisti svizzeri. Fiere e manifestazioni periodiche (prevalentemente biennali) rappresentano a loro volta attività importanti per la promozione della cultura svizzera all'estero. Pro Helvetia è responsabile sia della partecipazione svizzera alle biennali di arte contemporanea di Venezia e del Cairo, sia del sostegno alle case editrici svizzere nell'ambito delle fiere internazionali del libro alle quali la Svizzera partecipa ogni anno.

### ***Coordinamento tra livelli di governo***

Dal 2010, la legge sulla promozione della cultura (LPCu) definisce la strategia per la promozione culturale delle istituzioni federali per periodi quadriennali sotto la forma di Messaggi per la Cultura (2012-2015, 2015-2020)<sup>106</sup>. Per favorire la collaborazione tra Confederazione, Cantoni, Città e Comuni, un accordo<sup>107</sup> sul dialogo culturale nazionale è stato firmato nel 2011 tra i diversi livelli di governo. Questo accordo mira a rafforzare la collaborazione, favorire lo scambio di informazioni, migliorare il coordinamento di attività e sviluppare progetti comuni. Vari programmi comuni sono stati elaborati dal 2012 in poi, su

<sup>106</sup> <http://www.bak.admin.ch/themen/04135/index.html?lang=it>

<sup>107</sup> <http://www.bak.admin.ch/themen/04577/index.html?lang=it>

tematiche legate alla politica culturale esterna, le statistiche culturali, la danza, i musei, il patrimonio, la letteratura e la partecipazione culturale. La discussione è incoraggiata più particolarmente a livello cantonale e comunale tramite due conferenze culturali bisannuali<sup>108</sup> alle quali partecipano anche rappresentanti dell'Ufficio federale della cultura e di Pro Helvetia. Infine, la promozione della cultura svizzera all'estero viene coordinata grazie al lavoro collaborativo del Dipartimento federale degli affari esteri (DFAE) e del Dipartimento federale dell'interno a cui appartengono l'Ufficio federale della Cultura e Pro Helvetia.

### **Patrimonio culturale svizzero**

Pur essendo un piccolo paese, la Svizzera detiene un patrimonio culturale importante, riconosciuto dalla Confederazione elemento fondante l'identità nazionale e fattore cruciale sia per la qualità della vita che per l'attrattività turistica del Paese.

### ***Inventari federali***

Il patrimonio culturale svizzero è censito in appositi elenchi, che accorpano per tipologia i beni di rilevanza storica, culturale, paesaggistica e relativa ad altri aspetti considerati meritevoli di tutela. Tra questi rientrano:

- L'Inventario federale degli insediamenti svizzeri d'importanza nazionale da tutelare (ISOS), redatto dalla commissione federale dei monumenti storici (CFMS)<sup>109</sup> sotto il coordinamento dell'UFC. La lista riporta 1272 elementi selezionati dal Consiglio federale in collaborazione con i cantoni, competenti su specifiche misure di conservazione definite nel 1966 dalla Legge federale sulla protezione della natura e del paesaggio (LPN). Le disposizioni quadro dell'inventario federale definiscono i criteri per l'iscrizione. La determinazione dell'interesse nazionale di un insediamento si basa su criteri topografici, spaziali e storico-architettonici: l'ISOS valuta gli insediamenti nella loro globalità, tenendo conto del rapporto che lega tra di loro gli edifici, della qualità degli spazi tra le costruzioni e dell'effetto dell'edificazione sull'ambiente circostante. L'inventario prevede inoltre meccanismi per l'inserimento e la revoca dei siti in base a periodici aggiornamenti;
- L'Inventario svizzero dei beni culturali d'importanza nazionale e regionale (PBC), elaborato nel 1987 (con successive revisioni nel 1995 e nel 2009) nell'ambito della Convenzione dell'Aia del 14 maggio 1954 per la protezione dei beni culturali in caso di conflitto armato. L'ultima versione del 2009 riporta 3202 beni culturali di importanza nazionale tra oggetti immobili e mobili. La selezione dei beni culturali di importanza regionale, sotto l'autorità diretta dei cantoni, integra la selezione nazionale;
- Negli ultimi vent'anni, l'Ufficio federale della cultura ha sostenuto l'organizzazione non governativa ICOMOS Suisse (*International Council on monuments and sites*) nell'elaborazione di un elenco capillare e sistematico, ultimato nel 2014, che comprende circa 30000 giardini e spazi verdi realizzati prima del 1960 (L'Elenco dei giardini storici della Svizzera). L'elenco costituisce una delle basi determinanti per indagare scientificamente la storia della cultura del giardino in Svizzera, per compilare inventari dettagliati e per approntare misure di protezione adeguate;
- L'Inventario svizzero degli impianti a fune, che fornisce una valutazione fondata del valore monumentale di detti impianti in Svizzera. Il patrimonio di funivie regolamentate dalla Confederazione e dai Cantoni comprende circa 3000 impianti, di cui 129 sono stati registrati

<sup>108</sup> Conferenza dei delegati cantonali agli affari culturali (CDAC), <http://www.edk.ch/dyn/17549.php> ; Conferenza delle città in materia culturale (CCC), [skk-cvc.ch](http://www.skk-cvc.ch)

<sup>109</sup> La Commissione federale dei monumenti storici (CFMS) è la commissione specializzata incaricata di consigliare gli organi federali nell'ambito della tutela dei monumenti, dell'archeologia e della protezione degli insediamenti. Il Consiglio federale ne nomina i membri e la presidenza ogni quattro anni. La durata della carica è limitata ad un massimo di dodici anni. L'UFC ne coordina la segreteria. Tra le sue funzioni rientrano la consulenza sulla tutela dei monumenti dei siti archeologici, sull'applicazione delle leggi federali sulla protezione della natura e del paesaggio, sulle richieste di finanziamento nelle materie di sua competenza.

nell'Inventario in virtù della loro notevole importanza storico-culturale e/o tecnica. L'Inventario comprende 67 impianti a fune d'importanza nazionale, 44 d'importanza regionale ai sensi della legge federale del 1° luglio 1966 sulla protezione della natura e del paesaggio (legge sulla protezione della natura e del paesaggio, LPN; RS 451) e 18 impianti a fune particolarmente innovativi che, avendo meno di vent'anni di vita, non sono ancora stati classificati;

- Due inventari supplementari, di competenza di altri Uffici federali ma legati a tematiche culturali, completano l'inventario generale del patrimonio culturale svizzero: l'Inventario federale dei paesaggi, siti e monumenti naturali d'importanza nazionale (IFP), di competenza dell'Ufficio federale dell'ambiente (UFAM), e l'Inventario delle vie di comunicazione storiche della Svizzera (IVS), di competenza dell'Ufficio federale delle strade (USTRA).

### **Musei svizzeri**

La normativa sui musei federali (Legge federale sui musei e le collezioni della Confederazione, LMC) è stata recentemente modificata: l'attuale assetto normativo è entrato in vigore nel 2010 e istituisce un Museo nazionale svizzero – un istituto di diritto pubblico che raggruppa quattro musei della Confederazione e formare un polo culturale della storia svizzera e della sua varietà culturale<sup>110</sup>:

- Il Museo nazionale di Zurigo
- Il Castello di Prangins
- Il Forum della storia svizzera di Svitto
- Il Centro delle collezioni di Affoltern am Albis

Dal 2010, la LMC affida la gestione del Museo nazionale svizzero all'UFC, sotto le cui competenze gestionali rientrano anche altri musei e collezioni di beni culturali mobili ritenuti importanti per motivi identitari nazionali, tra cui<sup>111</sup>:

- La Collezione d'arte della Confederazione e la Collezione della Fondazione Gottfried Keller
- Museo degli automi musicali di Seewen
- Museo Vela di Ligornetto
- Museo della Collezione Oskar Reinhart «Am Römerholz» di Winterthur

Tramite l'UFC la Confederazione sostiene inoltre finanziariamente un ampio numero di musei e collezioni, contribuendo alle spese di esercizio, ai progetti di conservazione del patrimonio e ai costi di assicurazione per prestiti relativi a esposizioni di importanza nazionale.

Nel 2013 la Svizzera contava 1085 musei appartenenti ai diversi livelli di governo (prevalentemente cantonali e comunali), di cui 1107 dotati di giardini botanici e zoologici;. Sul territorio svizzero, quasi tre quarti dei musei si trovano nella parte tedesca e reto-romana, circa un quarto nella parte francese e il 7% in quella italiana. I musei svizzeri nel loro complesso totalizzano più di 20 milioni di ingressi (dati 2013).

I 5 musei più visitati (anno 2013) sono:

- Il Museo dei trasporti di Lucerna;

<sup>110</sup> Fonte: <http://www.bak.admin.ch/kulturerbe/04346/04347/?lang=it>

<sup>111</sup> Sono anche gestiti dall'UFC la Biblioteca nazionale svizzera, l'Archivio federale dei monumenti storici, il Museo del convento di St Georgen, e l'Istituto svizzero di Roma.

- La Maison Cailler di Broc;
- Il Castello di Chillon a Montreux;
- Il Museo storico di Berna / Museo Einstein;
- La Fondazione Beyeler di Riehen.

La tabella seguente dimostra che in termini di entrate nel 2013 i musei di belle arti e di arti applicate attraggono il numero più importante di visitatori (il 30%), seguiti dai musei storici con il 17 % di ingressi. Si nota invece che benché rappresentino una quota importante (36%), i musei regionali e locali realizzano solamente il 7% delle entrate. Questo dato si spiega sia con la loro collocazione geografica più decentrata sia con i programmi culturali spesso dedicati alla storia e alle tradizioni locali e quindi rivolti a visitatori con interessi specifici.<sup>112</sup>

**Tabella 34. Musei svizzeri per tipo e numero di entrate (giardini botanici e zoologici esclusi), 2013**

|                                         | Numero di musei % | Numero di entrate % |
|-----------------------------------------|-------------------|---------------------|
| Musei e collezioni archeologiche        | 2 %               | 3 %                 |
| Musei storici                           | 8 %               | 17 %                |
| Musei di belle arti e di arti applicate | 17 %              | 30 %                |
| Musei regionali e locali                | 36 %              | 7 %                 |
| Musei tecnici                           | 9 %               | 12 %                |
| Musei tematici                          | 18 %              | 13 %                |
| Musei d'etnografia                      | 2 %               | 3 %                 |
| Musei delle scienze naturali            | 8 %               | 15 %                |
| <b>Totale</b>                           | <b>1.085</b>      | <b>13.165.700</b>   |

Fonte: elaborazione su dati pubblicati in *Statistica Tascabile della Cultura in Svizzera 2014*, Confederazione Svizzera, Dipartimento Federale dell'Interno (DFI), Ufficio Federale della Cultura (UFC), [www.bak.admin.ch/dokumentation/04105/index.html?lang=it](http://www.bak.admin.ch/dokumentation/04105/index.html?lang=it)

### ***Patrimonio mondiale dell'UNESCO***

Nel 1975 la Svizzera ha ratificato la convenzione dell'UNESCO del 1972 sulla protezione del patrimonio mondiale culturale e naturale e nel 2008 è entrata a far parte del Comitato del Patrimonio mondiale. Ad oggi la Svizzera conta 8 siti culturali e 3 siti naturali iscritti al patrimonio mondiale. Il patrimonio mondiale naturale è di competenza dell'Ufficio federale dell'ambiente (UFAM). Tra le 167 tradizioni viventi svizzere selezionate da esperti e rappresentanti cantonali, 8 sono state designate dal Consiglio federale alla candidatura nella Liste del patrimonio culturale immateriale dell'UNESCO nel corso dei prossimi anni.<sup>113</sup>

<sup>112</sup> *Statistica Tascabile della Cultura in Svizzera 2014*, Confederazione Svizzera, Dipartimento Federale dell'Interno (DFI), Ufficio Federale della Cultura (UFC), [www.bak.admin.ch/dokumentation/04105/index.html?lang=it](http://www.bak.admin.ch/dokumentation/04105/index.html?lang=it)

<sup>113</sup> La Lista delle tradizioni viventi in Svizzera è il risultato dell'attuazione della Convenzione UNESCO ed è amministrata in collaborazione con i servizi cantonali addetti alla cultura.

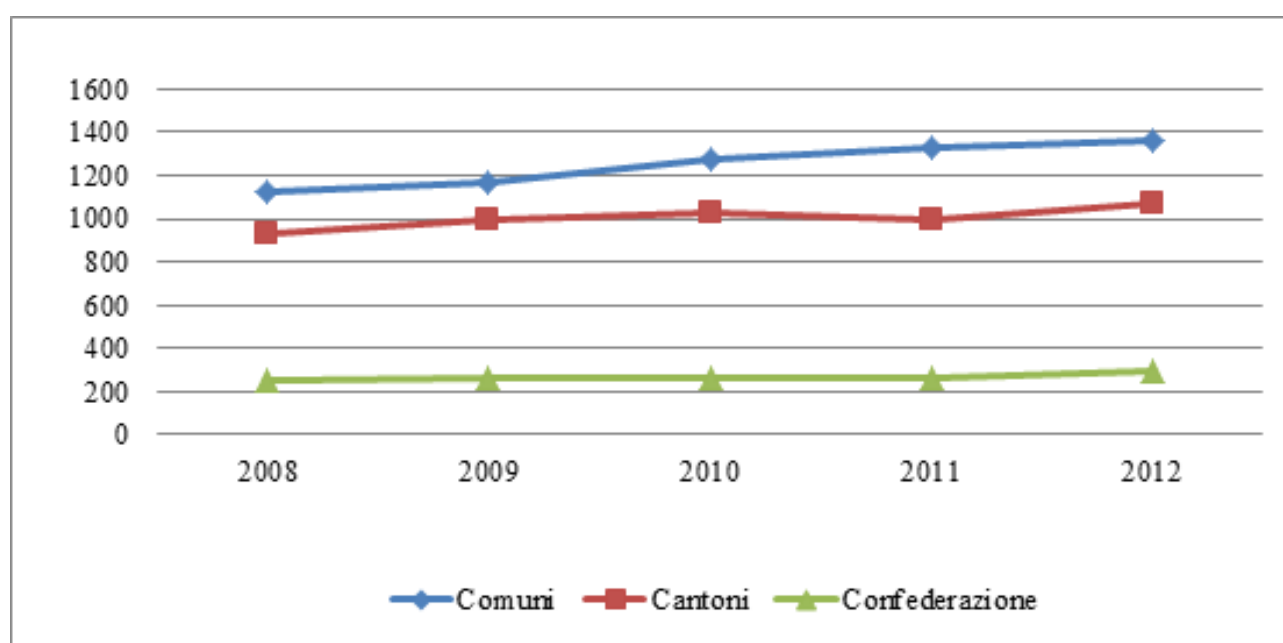
## Risorse

### Finanziamento pubblico della cultura: una panoramica

I tre livelli dell'amministrazione pubblica finanziano la politica culturale nazionale con un ammontare complessivo di 2.7 miliardi (dati 2012), pari a circa lo 0.44% del PIL.<sup>114</sup> Con contributi che corrispondono alla metà dei finanziamenti pubblici, i comuni sono i primi sostenitori del settore culturale.

L'apporto dei comuni rappresenta da lungo tempo l'asse centrale del finanziamento della cultura. Già negli anni 90<sup>115</sup> la politica culturale si basava su uno schema di supporto alla cultura che poggiava principalmente sul contributo dei comuni, seguiti dai cantoni e infine della confederazione. Come rappresentato nel grafico 1, l'attuale partecipazione finanziaria dei comuni supera i 1,3 miliardi di franchi, quella dei cantoni si aggira attorno al miliardo (circa il 39%) mentre l'apporto della Confederazione rimane a livelli inferiori, pari a circa il 10% dei finanziamenti culturali globali.

**Figura 1. Finanziamento della cultura per livello di governo - evoluzione 2008-2012 (in milioni di euro)**



Fonte: elaborazione propria su dati OFS (2012), Financement de la Culture par les Collectivités Publiques – Selon les Domaines Bénéficiaires et les Types de Dépenses 2000-2012, [www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/data.html](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/data.html)

Dal grafico si riscontra che l'evoluzione dei fondi culturali pubblici nel periodo 2008-2012 mostra un leggero aumento, nonostante il contesto economico europeo in crisi e di generalizzata riduzione. Nel caso della Svizzera l'ammontare dei finanziamenti rivolti al settore culturale sono rimasti sostanzialmente stabili.

### Budget culturale per livello di governo

Nel 2011, anno dell'ultima rilevazione, la Confederazione, i Cantoni, le Città e i Comuni hanno speso per la cultura complessivamente 2594 milioni di franchi, importo equivalente a circa l'1,6% di tutti i finanziamenti pubblici e allo 0,44% del prodotto interno lordo. Le Città e i Comuni spendono per la cultura in media circa 168 franchi pro capite, contro i circa 126 dei Cantoni e 34 della Confederazione. Nel 2011, i diversi livelli istituzionali hanno finanziato la cultura con un importo complessivo di 328 franchi pro capite,

<sup>114</sup> Confédération Suisse, *Indicateurs: Financement de la Culture par les Collectivités Publiques en Suisse*, [www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/key.print.html](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/key.print.html)

<sup>115</sup> Office fédéral de la statistique (OFS), *Financement de la Culture par les Collectivités Publiques – Evolution à Prix Courants et aux Prix de 1990, 1990-2012*, [www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/data.html](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/data.html)

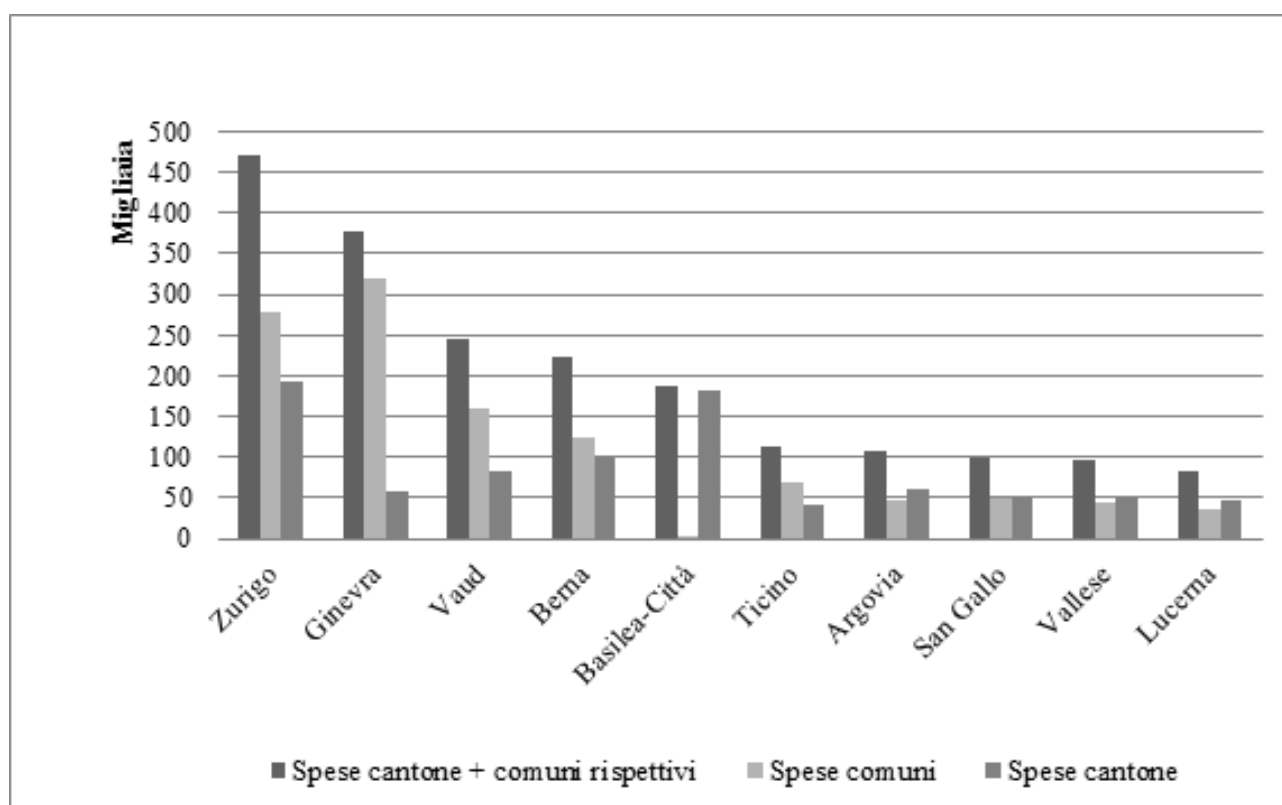
mentre, per esempio, alla formazione sono stati destinati 4277 franchi, ai trasporti 2256 franchi e alla sanità pubblica 1529 franchi<sup>116</sup>.

### **Finanziamento dei cantoni e dei comuni**

Le spese culturali a livello territoriale variano a seconda della domanda culturale di ogni cantone e non sempre è individuabile una regola generale circa la prevalenza del finanziamento cantonale o comunale. Se è vero che i finanziamenti sono tendenzialmente più importanti nelle regioni di grande attività culturale, cioè nei cantoni in cui sono collocati i grandi centri urbani come Zurigo, Ginevra e Losanna, è interessante notare che in tali contesti, l'apporto dei comuni supera quello dei cantoni, fatto che evidenzia l'importante coinvolgimento dei poteri locali nella gestione culturale territoriale.

Nei centri urbani di media dimensione come Lucerna, invece, l'apporto dei cantoni tende ad equivalere o a superare, di misura, quello dei comuni. La maggiore disponibilità finanziaria dei cantoni rispetto ai comuni è coerente con la programmazione culturale di questi contesti, che si concentra attorno ad eventi disseminati su tutto il territorio anziché essere concentrato in uno spazio urbano limitato.

**Figura 2. Confronto spese culturali di Cantoni e Comuni - top 10 Cantoni, 2012**



Fonte: elaborazione su dati OFS (Office Fédéral de la Statistique) (2012), Financement de la Culture par les Collectivités Publiques – Selon les Domaines Bénéficiaires et les Types de Dépenses 2000-2012, [www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/data.html](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/data.html)

La distribuzione eterogenea di finanziamenti culturali a livello cantonale e comunale è indicativa della difficoltà di estrapolare delle tendenze generali nel contesto culturale svizzero. Infatti, sebbene il grafico 1. indichi i comuni come primi contributori alle spese culturali a livello aggregato, il grafico 2. rivela un'organizzazione territoriale più complessa e variegata, che riflette fattori storici e geografici, tra cui rientrano la grandezza e le tradizioni dei centri urbani. Per questa ragione un confronto tra la distribuzione

<sup>116</sup> UFC, 2014, Statistica tascabile della cultura in Svizzera

delle spese dei comuni e dei cantoni a livello aggregato non risulta del tutto esplicativo, rendendo idealmente necessaria un'analisi puntuale per cantone, che esula dagli scopi di questo studio. Indipendentemente dall'entità dei contributi, è possibile osservare che nella maggioranza dei casi le dotazioni finanziarie allocate dalla Confederazione dai cantoni e dai comuni coprono 3 tipi di spese<sup>117</sup>:

- spese correnti (spese per il personale, per beni e servizi, altre spese di esercizio);
- spese di investimento (immobilizzazioni materiali e immateriali, prestiti, partecipazioni e capitale sociale, altre spese);
- spese di trasferimenti finanziari (attribuiti alla Confederazione, ai cantoni, ai comuni o direttamente a istituzioni culturali per le spese correnti e di investimento).

I settori culturali beneficiari sono:

- Musei e arti plastiche
- Conservazione dei monumenti storici e protezione del paesaggio
- Biblioteche
- Concerti e teatro
- Film e cinema
- Media di massa
- R&D cultura e media
- Supporto generale della cultura

L'allocazione di risorse ai cantoni, ai comuni e alle singole istituzioni culturali rappresenta (dati 2012) il 67% dei finanziamenti culturali della Confederazione, ossia 198.8 milioni di franchi. I cantoni e i comuni trasferiscono una quota notevolmente superiore rispetto alla Confederazione, rispettivamente 609 milioni (57%) e 533.9 (39%) per i comuni.

Questa modalità, tipica del federalismo diretto, illustra l'autonomia dei territori nella gestione culturale e specialmente a livello esecutivo. Il coinvolgimento delle amministrazioni locali nella politica culturale emerge anche osservando le spese correnti (sostanzialmente le spese di funzionamento e gestione): esse sono principalmente a carico dei comuni, che ne coprono il 57%; tale contributo è poi integrato dai cantoni fino a quote attorno al 35%. Infine, le spese di investimento rappresentano solo il 9% dei finanziamenti pubblici per la cultura; di queste, il 74% viene allocato dai comuni.<sup>118</sup>

Si può concludere che nell'ambito della Confederazione elvetica la politica culturale è innanzitutto a carico dei comuni, che nel 2012 hanno coperto il 50% delle spese complessive per la cultura. Tuttavia, l'apporto dei cantoni rimane essenziale, soprattutto nel completare l'azione dei comuni nelle regioni rurali, caratterizzate da dotazioni culturali meno concentrate. Nei centri urbani maggiori, come Zurigo, Losanna e Ginevra, l'organizzazione decentralizzata permette ai comuni di sviluppare politiche culturali specifiche e adatte ai fabbisogni locali, attuate tramite una dotazione finanziaria importante e una certa autonomia di

<sup>117</sup> OFS (Office Fédéral de la Statistique) (2014), *Statistique Suisse sur le Financement de la Culture par les Collectivités Publiques: Définitions et Méthode*, [www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/data.html](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/data.html)

<sup>118</sup> OFS (Office Fédéral de la Statistique) (2012), *Financement de la Culture par les Collectivités Publiques – Selon les Domaines Bénéficiaires et les Types de Dépenses 2000-2012*, [www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/data.html](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/data.html)

spesa.

## Altri contributi alla cultura

L'apporto dei privati alla cultura è difficile da valutare in modo sistematico a causa della mancanza di dati federali e cantonali sulle attività di mecenatismo e di sponsorizzazione nel settore culturale. La ragione principale è da ricondursi al fatto che, rispetto ad altri paesi, l'elaborazione di un quadro fiscale federale e cantonale per regolamentare le pratiche di mecenatismo e sponsorizzazione ha richiesto molto tempo: nonostante le amministrazioni cantonali siano in generale incoraggiate a prevedere schemi di deducibilità che favoriscano le liberalità, ciascuna è libera di fissare le aliquote di propria competenza. Benché sia difficile estrarre dati precisi e individuare la proporzione tra finanziamento pubblico e privato, è possibile affermare, osservando i dati disponibili relativi agli interventi delle fondazioni e delle sponsorizzazioni, che la cultura è tra i primi settori beneficiari della sponsorizzazione e del mecenatismo in Svizzera.

### Le fondazioni di utilità pubblica

In Svizzera il diritto delle fondazioni è regolato da 8 articoli del Codice civile. Il processo di costituzione di una fondazione è relativamente semplice e richiede solo un'iscrizione al registro del commercio cantonale. Nel 2013 erano censite in Svizzera 12.909 fondazioni di utilità pubblica.

Per essere esonerata dalla tassazione, una fondazione deve rispettare 3 condizioni: svolgere un'attività di utilità pubblica, non avere scopo di lucro e operare con personale non retribuito<sup>119</sup>. Tali fondazioni sono esonerate dalla tassazione principale, che comprende l'imposta sul capitale e gli interessi, l'imposta di successione e l'imposta sugli immobili. Le donazioni ad enti privati di utilità pubblica sono sottoposte ad un sistema di fiscalità federale e cantonale preferenziale, corrispondente in entrambi i casi ad una deduzione fiscale fino al 20% del reddito per le persone fisiche e del 20% degli utili per le persone giuridiche, ad eccezione di alcuni cantoni che hanno definito un tetto più basso (dati del 2009<sup>120</sup>).

I dati relativi ai settori di attività e ai finanziamenti allocati dalle fondazioni non sono sistematicamente disponibili, per cui non è agevole comporre un quadro complessivo del loro apporto al settore culturale e artistico svizzero. Il rapporto 2014 sulle fondazioni in Svizzera ha pubblicato per la prima volta delle statistiche sulle nuove fondazioni create nel 2013 (pari a 381) contro le 159 liquidate. I dati riportano i principali ambiti di attività per il 2013, che hanno sostenuto l'azione sociale, la formazione e la ricerca; la cultura e il tempo libero. In termini di localizzazione, la maggioranza delle fondazioni si trovano nei principali centri urbani, con 2218 fondazioni a Zurigo, 1398 nel cantone Vaud e 1095 a Ginevra. Nell'area di Ginevra e di Basilea prevale il sostegno al settore della formazione e della ricerca, mentre nel cantone di Vaud si concentrano le fondazioni che finanziano prevalentemente attività legate alla cultura e al tempo libero.<sup>121</sup>

L'associazione SwissFoundations raggruppa meno del 10% della totalità delle fondazioni svizzere (12.909 nel 2013), ma tra queste compaiono le fondazioni dei maggiori enti bancari svizzeri, di multinazionali come Nestlé e l'impresa di assicurazioni Zurich, nonché fondazioni di imprenditori privati. Nel 2012 il settore delle arti e della cultura è stato finanziato da 57 membri, per un ammontare di 56 milioni di franchi che rappresenta il 20% dell'intera dotazione finanziaria annuale della SwissFoundations. In termini economici, le arti e la cultura rappresentano il terzo settore dopo quello della formazione, della ricerca e dell'innovazione (34%), e quello dedicato alle opere sociali (26%).

<sup>119</sup> <http://www.swissfoundations.ch/fr/bases-l%C3%A9gales>

<sup>120</sup> [http://www.swissfoundations.ch/sites/default/files/CH\\_Stiftungssektor\\_Ueberblick\\_S12.pdf](http://www.swissfoundations.ch/sites/default/files/CH_Stiftungssektor_Ueberblick_S12.pdf)

<sup>121</sup> Rapport sur les Fondations en Suisse 2014, Centre d'Etudes de la Philanthropie en Suisse (CEPS), Université de Bâle, Centre pour le Droit des Fondations, Université de Zurich, SwissFoundations, Association des Fondations Donatrices Suisses, [www.rwi.uzh.ch/oe/stiftungsrecht/aktuellesausdemzentrum/Stiftungsreport/Stiftungsreport\\_2014\\_Franzoesisch.pdf](http://www.rwi.uzh.ch/oe/stiftungsrecht/aktuellesausdemzentrum/Stiftungsreport/Stiftungsreport_2014_Franzoesisch.pdf)

## Sponsorizzazioni

Nel febbraio 2011, il giornale finanziario svizzero *Bilan* ha pubblicato la lista dei 10 più importanti sponsor in Svizzera<sup>122</sup>, dalla quale risulta che lo sport e la cultura rappresentano i principali ambiti di sponsorizzazione aziendale.

**Tabella 35. Principali sponsor culturali in Svizzera, 2011**

| Sponsor       | Settore di attività  | Ammontare totale annuale (tutti i settori) | Ambiti culturali sostenuti                                                                            |
|---------------|----------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Rolex         | Beni di Lusso        | 100-150 mio                                | Sponsor di artisti e del festival di musica di Verbier                                                |
| Crédit Suisse | Finanza              | 80-100 mio                                 | Eventi musicali maggiori e grandi musei                                                               |
| UBS           | Finanza              | 80-100 mio                                 | Orchestre internazionali; arte contemporanea (Art Basel), grandi musei e festival del film di Locarno |
| Coop          | Grande distribuzione | 60-80 mio                                  | Varietà di eventi culturali popolari                                                                  |
| Migros        | Grande distribuzione | 60-80 mio                                  | Eventi culturali popolari di grande attrazione, tra cui il Paleo festival e il Gurten festival        |
| Swisscom      | Telecomunicazioni    | 60-80 mio                                  | Festival di musica                                                                                    |
| Postfinance   | Finanza              | 40-60 mio                                  | Spettacoli e concerti                                                                                 |
| Raiffeisen    | Finanza              | 40-60 mio                                  | Musei svizzeri                                                                                        |
| La Mobilière  | Assicurazioni        | 20-40 mio                                  | Premi d'arte e di creazione, cinema e patrimonio                                                      |
| Manor         | Grande distribuzione | 5-10 mio                                   | Festival di musica tra cui il Montreux Jazz festival, e il festival del film di Locarno               |

Fonte: elaborazione su dati pubblicati in «Les 10 plus gros sponsors de Suisse», *Bilan*, 2 février 2011, [www.sponsorize.ch/wp-content/uploads/2010/11/Dossier\\_Sponsoring-Bilan-02.11.pdf](http://www.sponsorize.ch/wp-content/uploads/2010/11/Dossier_Sponsoring-Bilan-02.11.pdf)

Questo quadro d'insieme mostra che le strategie di sponsorizzazione della cultura sono diverse e riflettono il tipo di *target* e di interesse aziendale: sostenendo la musica classica e importanti istituzioni museali, per esempio, le banche si rivolgono principalmente ad un pubblico di conoscitori; i due leader della grande distribuzione Migros e Coop hanno invece un approccio più variegato, caratterizzato da finanziamenti meno importanti ma dedicati ad un pubblico più vasto, che perseguono sostenendo manifestazioni di livello locale e attività formative e ricreative; il sostegno di Postfinance al settore degli spettacoli e dei concerti corrisponde ad una strategia di sponsorizzazione ad ampio raggio, rivolta ad una pluralità di pubblici. Indipendentemente dalle scelte strategiche, è comunque possibile affermare che le grandi imprese svizzere contribuiscono a un'offerta culturale di alta qualità e allo stesso tempo diversificata, rispondendo a diverse categorie di pubblico.

<sup>122</sup> «Les 10 plus Gros Sponsors de Suisse», *Bilan*, 2 février 2011, [www.sponsorize.ch/wp-content/uploads/2010/11/Dossier\\_Sponsoring-Bilan-02.11.pdf](http://www.sponsorize.ch/wp-content/uploads/2010/11/Dossier_Sponsoring-Bilan-02.11.pdf)

### Box 24. Migros Pourcent Culturel

Il supporto alla cultura della catena della grande distribuzione Migros è diventato un caso emblematico della sponsorizzazione aziendale svizzera in ambito culturale. Creato nel 1957, il "Per cento culturale Migros" è un'iniziativa di sostegno a progetti di utilità pubblica che dedica ogni anno tra lo 0.5% e l'1% del volume d'affari aziendale a iniziative culturali, sociali, formative e del tempo libero. Nel 2013, questa quota ammontava a 120 milioni di franchi, di cui il 25.9% (circa 31 milioni) è stato destinato alla cultura. Nell'ambito di questo importante finanziamento privato, il settore culturale è il secondo beneficiario dopo la formazione, a cui è stato allocato il 49.3% del budget. I fondi culturali di Migros sostengono il Museo di arte contemporanea di Zurigo e vengono utilizzati per erogare contributi finanziari, borse di studio e premi per concorsi destinati ad artisti svizzeri.

Fonte: [www.pour-cent-culturel-migros.ch](http://www.pour-cent-culturel-migros.ch)

### *Lotterie e scommesse sportive*

Dal 1937, il settore della cultura viene sponsorizzato anche da società di utilità pubblica che operano nell'ambito delle scommesse sportive e delle lotterie. Le principali sono Swisslos, l'ente di gestione per i cantoni tedeschi, il cantone dei Grigioni e del Ticino e Loterie Romande, che coordina l'attività nei cantoni di lingua francese. Entrambi gli enti distribuiscono l'intero ammontare degli utili a istituzioni di utilità pubblica, tra cui rientrano operatori dei settori della cultura e della conservazione del patrimonio.

Swisslos gestisce le attività di lotteria e scommesse di 20 cantoni. Nel 2013, gli utili hanno raggiunto i 364 milioni di franchi, di cui 336 milioni sono stati redistribuiti ai cantoni per progetti nei settori della cultura, dello sport, dell'ambiente e di carattere sociale.<sup>123</sup> I sussidi sono ripartiti in base alla numerosità della popolazione e alla ricchezza di ogni cantone. Nel 2013, i cantoni che hanno ricevuto risorse maggiori sono Zurigo (63.1 milioni), Berna (61 milioni) e il Ticino (22.1 milioni). Zurigo ha allocato alla cultura 17 milioni (il 27% dei fondi ricevuti), distribuiti a diversi soggetti tra cui per esempio l'ente culturale del cantone di Zurigo, case editrici, musei locali e associazioni. Il cantone di Berna con 23.8 milioni (39% dell'allocatione complessiva) ha finanziato progetti artistici e culturali locali, tra cui la produzione di film, cd, concerti, tour, oltre che attività di promozione e organizzazione di letture, esposizioni e festival. I progetti sono stati in questo caso gestiti da attori indipendenti e hanno realizzato attività rivolte sostanzialmente ad un pubblico locale. Infine, il caso del Ticino conferma la medesima tendenza riscontrabile a Berna, ovvero che la quota dei sussidi allocati alla cultura non è correlata all'ammontare totale ricevuto: il Ticino ridistribuisce infatti oltre la metà dei sussidi (12.4 milioni, pari al 64%) alla cultura, finanziando comuni, amministrazioni turistiche e culturali, associazioni locali, musei, teatri e fondazioni.

I sussidi per la cultura allocati dalla Loterie Romande ai 6 cantoni francofoni superano i 58 milioni di franchi, ossia il 45% degli utili annuali. Analizzando i dati in dettaglio si osserva che il finanziamento di attività rivolte alla conservazione del patrimonio ha quasi raggiunto i 14 milioni (pari all'11%). Cultura e patrimonio insieme rappresentano il primo settore finanziato (56%) dalla Loterie Romande.<sup>124</sup> I resoconti della Loterie Romande pubblicano in modo sistematico le somme allocate ad ogni beneficiario da cui emergono differenze significative: da qualche migliaia di franchi destinati ad un'associazione musicale di fisarmonica, ai 700.000 franchi della fondazione romanda per il cinema. La media dei finanziamenti si colloca attorno ai 50.000 franchi; una distribuzione di risorse che permette di sostenere un numero importante di fondi, fondazioni ed associazioni culturali (Loterie Romande, 2013).

In conclusione, Swisslos e la Loterie Romande integrano il finanziamento pubblico dei cantoni e dei comuni con contributi destinati a una vasta gamma di attori culturali locali. Il loro apporto viene considerato essenziale per garantire la ricchezza e la rappresentatività dell'offerta culturale, un fattore estremamente importante per l'identità e le tradizioni territoriali di un paese federale e multilingue.

<sup>123</sup> Swisslos, [www.swisslos.ch](http://www.swisslos.ch)

<sup>124</sup> Loterie Romande, Distribution des bénéfices 2013, [www.entraide.ch](http://www.entraide.ch)

## Industrie culturali e creative

Il settore delle industrie culturali e creative svizzere comprende 13 ambiti di attività che si riferiscono alla creazione, produzione, distribuzione e diffusione di beni e servizi culturali e creativi. Secondo l'edizione 2014 della Statistica tascabile della cultura in Svizzera, i settori ICC sono: musica, libri, arte, cinema, radiotelevisione, spettacolo, design, architettura, pubblicità, software e videogiochi, artigianato artistico, stampa, fonotecnica. Il settore dell'architettura rappresenta (dati 2011) la prima industria creativa in termini di occupati (circa 50.000) e di imprese (circa 14.000), con il secondo più alto fatturato complessivo (circa 11 miliardi di franchi) dopo l'industria del software e dei videogiochi (16 miliardi di franchi). Quest'ultima si colloca al secondo posto per numero di occupati con quasi 40.000 addetti e al quarto posto per numero di imprese (circa 7.000). Anche il settore del design, emblematico della creatività svizzera, rappresenta un'industria rilevante, che occupa oltre 20.000 persone per quasi 9.000 imprese, anche se in termini di fatturato rimane inferiore alle altre industrie già menzionate. I settori del libro, del cinema o della radiodiffusione rappresentano invece mercati minori – fatto dovuto alla forte concorrenza dei mercati creativi francesi, tedeschi e italiani.

**Tabella 36. Peso dell'economia creativa svizzera nel 2011 su totale economia svizzera**

|                                       | <b>Svizzera</b>   | <b>Cantone Zurigo</b> | <b>Città Zurigo</b> |
|---------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------------|
| N° Imprese                            | 67.167            | 15.586                | 7.945               |
| % imprese totali                      | 10.5%             | 14.5%                 | 20.3%               |
| N° occupati (tempo pieno e parziale)  | 263.127           | 71.155                | 43.998              |
| % occupati                            | 5.4% <sup>a</sup> | 7.4%                  | 9.9%                |
| Volume d'affari (miliardi, chf)       | 68.391            | 19.186                | 11.821              |
| % Volume d'affari                     | 1.9%              | 2.8%                  | 3.7%                |
| Valore aggiunto lordo (miliardi, chf) | 19.620            | 6.081                 | 3.716               |
| % Valore aggiunto lordo               | 3.5%              | 5.0%                  | 6.7%                |

a Equivalente al 5.1% degli occupati a tempo pieno.

Fonte: Creative Economy Report 2014, <http://creativeeconomy.ch/>

Considerando gli occupati, con una quota del 5.1% il settore creativo svizzero si avvicina ai settori bancario (5.9%) e turistico (5%), cosa che sottolinea il potenziale e l'attrattiva delle ICC, anche paragonate ad altri clusters emergenti, come ad esempio quello delle tecnologie green<sup>125</sup> (3.3 %), delle scienze della vita (3,1 %) e delle ICT (3,8 %).

A livello nazionale il settore delle industrie culturali e creative raggruppa oltre 67.000 imprese che impiegano più di 263.000 persone. In termini percentuali i mercati culturali e creativi rappresentano il 10% delle imprese svizzere e il 5% degli occupati. Con un fatturato complessivo di quasi 70 miliardi di franchi e 20 miliardi di valore aggiunto lordo, le attività economiche di queste industrie corrispondono al 3.5% dell'economia svizzera.<sup>126</sup> Come illustrato nella tabella, il cantone di Zurigo rappresenta il principale *cluster* dell'economia creativa svizzera, noto a livello internazionale. Nel 2011, la città registrava un'incidenza del 20% di imprese creative rispetto al totale. Completa il quadro il dato secondo cui il 27% degli occupati nel settore creativo in Svizzera gravita attorno al cantone di Zurigo, con attività che contribuiscono al 28% del fatturato complessivo del settore creativo nazionale. Oltre a Zurigo, i cantoni di Berna, Losanna, Basilea, Ginevra e Argovia ospitano attività nei settori delle ICC.

<sup>125</sup> Le cleantechnologies si riferiscono a tecniche e servizi industriali i cui utilizzano risorse naturali in modo sostenibile.

<sup>126</sup> Statistica tascabile della cultura in Svizzera 2014, Confederazione svizzera, Dipartimento federale dell'interno (DFI), Ufficio federale della Cultura (UFC), <http://www.bak.admin.ch/dokumentation/04105/index.html?lang=it>

### **Casi studi: iniziative di supporto alle ICC**

Si presentano di seguito quattro esempi di iniziative di sostegno per professionisti ICC. Provengono tutti dalla Svizzera tedesca, nella quale si situa il nodo delle attività culturali e creative del paese. Due di esse riguardano il design, uno dei settori di punta del comparto. Il sostegno finanziario è prevalentemente assicurato dal privato e dal *non for profit*.

#### **Box 25. Un incubatore di imprenditorialità culturale**

Sviluppato dall'Università delle arti di Zurigo, l'incubatore ha come scopo di preparare laureandi ad entrare con successo nel mercato del lavoro in ambito culturale e creativo. Grazie ad un network costituito da istituzioni private e pubbliche del settore, l'incubatore organizza workshop ed eventi pubblici, nei quali esperti dei vari sotto-settori ICC condividono le proprie conoscenze ed esperienze tramite attività specifiche di *mentoring* e di *coaching*, per preparare gli studenti alle dinamiche dell'attività imprenditoriale.

A seconda della necessità, gli studenti possono accedere ad un percorso di accompagnamento completo per tutta la fase di sviluppo di progetto, oppure a consulenze specifici su questioni legali, tecniche o commerciali. L'incubatore si caratterizza come struttura "Peer Home", ossia una struttura dinamica condivisa con altri imprenditori che favorisce lo scambio di conoscenze (*peer learning*) e fornisce un accesso facilitato a misure di supporto per imprese innovative.

Fino ad oggi l'incubatore ha facilitato la realizzazione di prodotti e servizi innovativi orientati a diversi settori culturali e creativi, tra i quali: la fabbricazione di oggetti di design ispirati a tradizioni locali; l'elaborazione di applicazioni musicali; lo sviluppo di software dedicati alla creazione di ambienti di realtà aumentata; la produzione di filmati pubblicitari per piattaforme digitali.

L'incubatore dell'Università delle arti di Zurigo è sostenuto dalla fondazione Gebert Rűf e dalla fondazione Avina, entrambe membri di SwissFoundations.

Fonte: [www.zhdk.ch](http://www.zhdk.ch)

### Box 26. Iniziativa di sostegno alla creazione nell'industria del design: il Creative Hub

Il Creative Hub di Berna è una piattaforma dedicata interamente al settore del design che accompagna i creativi nello sviluppo e nella realizzazione di prodotti innovativi. Attraverso partenariati con operatori dell'industria, istituzioni, organizzazioni culturali, università, e fondazioni, Creative Hub propone una serie di workshop, eventi e programmi di sostegno volti ad incoraggiare la creazione e a rafforzare il settore in termini commerciali, sociali e sostenibili. Le attività proposte dalla piattaforma coinvolgono esperti, professionisti e tecnici che condividono le loro esperienze e conoscenze e seguono i progetti di sviluppo.

I principali programmi di sostegno offerti da Creative Hub sono:

1. Creative Link: dedicato a designers che vogliono sviluppare e commercializzare un'idea di prodotto o servizio.
2. Creative Committed: offre consulenza per creare impresa, per sviluppare prodotti specifici ,o trovare partner di altri settori per sviluppare un'impresa comune.
3. Creative Platform: destinato ai designers che, avendo partecipato a Creative Link o Creative Committed, intendano proporsi sul mercato esibendo i propri prodotti tramite l'intermediazione di Creative Platform.

Tra i progetti sostenuti si possono segnalare quelli rivolti a declinazioni settoriali delle attività di design: il *product design*, l'*interactive design*, il *graphic design*, il *fashion design* e l'*environmental design*. Oltre le attività di *coaching*, il Creative Hub organizza dal 2014 tavole rotonde in collaborazione con la Swiss Design Association, finalizzate ad espandere le reti di contatti, discutere temi di interesse comune e condividere idee in ambienti informali aperti a tutti.

Il Creative Hub è sostenuto dal fondo di supporto "Engagement Migros", e conta tra i suoi partenariati istituzionali la Confederazione Svizzera, Pro Helvetia e l'Università di San Gallo.

Fonte: [www.creativehub.ch](http://www.creativehub.ch)

### Box 27. Lagenthal, il centro svizzero dell'industria del design

Non sempre le ICC si sviluppano in contesti urbani, come dimostra il caso di Langenthal, una piccola città di 15.000 abitanti nel cantone di Berna diventata un centro di sostegno e di promozione dell'industria del design svizzero. Creato negli anni 90', il Design Center di Langenthal promuoverla qualità del design svizzero a livello nazionale ed internazionale tramite due piattaforme: il Design Prize Switzerland e Designers'Saturday che si svolgono a turno con cadenza biennale.

Il Design Prize offre visibilità al design svizzero e ne sottolinea l'importanza economica e culturale tramite la realizzazione di attività di diffusione presso il pubblico e di partenariati con altri attori del mercato. Il premio viene assegnato a realizzazioni d'eccellenza e a idee innovatrici che contribuiscono al progresso del design svizzero. La giuria è composta dai maggiori professionisti del settore a livello svizzero e internazionale.

I Designers' Saturday, inaugurati nel 1987, sono organizzati dalle grandi 5 firme dell'industria del design di Langenthal. Si tratta di eventi che hanno luogo nel centro della città ogni due anni. Vi partecipano circa 70 espositori nazionali ed internazionali, che presentano le loro creazioni nel corso del weekend in cui si svolge la manifestazione. La 15esima edizione dei Designers'Saturday si è svolta nel 2014 ed ha attratto oltre 16.000 persone.

Fonte: [www.designpreis.ch/](http://www.designpreis.ch/), [www.designerssaturday.ch/](http://www.designerssaturday.ch/)

### Box 28. Recupero di spazio urbano non utilizzato: Basislager Zurigo

Realizzato grazie all'impulso privato e in collaborazione con l'azienda di assicurazioni Swiss Life, il progetto Basislager ha permesso l'impianto di un piccolo quartiere creativo in periferia della città. Il terreno, acquistato da Swiss Life allo scopo di accogliere la nuova sede dell'azienda nei prossimi anni, è stato messo a disposizione per un periodo di 3 anni, nel corso dei quali è utilizzato per l'insediamento di uffici per imprenditori culturali e creativi. Finanziata da Swiss Life per un totale di 7 milioni di franchi, la struttura di Basislager si compone di 135 *containers* modulabili ed affittabili da professionisti interessati a lavorare in un ambito stimolante. Ispirato al concetto di *hub* o *cluster* innovativo, il sito di Basislager prevede inoltre spazi comuni come sale conferenze e luoghi per socializzare per favorire gli incontri informali e il networking tra professionisti. In totale sono circa 200 soggetti a condividere lo spazio. Si tratta di professionisti attivi nei settori delle arti visive, della moda, della letteratura, della musica, oltre ad alcune startup nel settore dell'architettura e della comunicazione visuale.

Fonte: [www.basis-lager.ch](http://www.basis-lager.ch)

### *Le industrie culturali e creative nella parte francofona della Svizzera*

Nella parte francofona della Svizzera le iniziative legate al settore creativo sono state finora più sporadiche. Il cantone di Ginevra ha avviato nuove politiche di supporto all'imprenditorialità negli ultimi anni, ma senza un'attenzione specifica alle industrie culturali e creative. I settori target sono primariamente quelli delle scienze della vita, delle TIC, delle micro e delle nanotecnologie, del *cleantech*. Un esempio interessante è dato da La Muse, un luogo di *coworking* di Ginevra che sostiene l'imprenditorialità in vari settori (non limitati alle ICC).

Anche Losanna offre un contesto favorevole all'emergere delle industrie culturali e creative: la rigenerazione urbana del quartiere del Flon, avviata nella seconda metà del XX secolo, è considerata un esempio di riqualificazione post – industriale nel contesto del centro storico cittadino che, grazie all'insediamento di soggetti attivi nelle attività culturali e commerciali, ha contribuito a rendere oggi l'area un luogo estremamente attrattivo della città.<sup>127</sup>

### *La Svizzera e i programmi per le ICC dell'Unione Europea*

Nel quadro degli Accordi bilaterali firmati nel 2004 con l'Unione Europea, la Svizzera ha partecipato per la prima volta al programma "Media" di Europa Creativa nel periodo 2006-2007. La collaborazione è stata rinnovata nel 2007 per il periodo 2007-2013. L'accordo "Media" ha permesso di sostenere diversi soggetti del settore cinematografico svizzero tra cui cineasti, produttori e distributori; oltre 100 strutture audiovisive hanno inoltre ricevuto finanziamenti e 300 professionisti svizzeri hanno partecipato alle attività di formazione professionale sostenute dal programma. La partecipazione al programma ha anche facilitato la distribuzione di numerose produzioni svizzere all'estero e ha sostenuto importanti eventi cinematografici, tra cui il Festival del film di Locarno.

I negoziati sulla programmazione 2014-2020 sono stati temporaneamente sospesi in seguito all'iniziativa popolare "contro l'immigrazione di massa" del 9 febbraio 2014, che ha escluso la Svizzera da numerosi schemi di finanziamento europei e ha costretto il Consiglio federale a stanziare 5 milioni di franchi per compensare l'apporto dell'UE.

Ad aprile 2014 sono iniziate delle negoziazioni legate alla partecipazione della Svizzera al programma "Cultura", uno dei pilastri del programma quadro Europa Creativa volto alla promozione della cultura ed al sostegno delle industrie creative. L'iniziativa, che rappresenta un importante strumento di sostegno alla cultura a livello europeo e al quale aderiscono 39 paesi, si prospetta di grande interesse per la Svizzera in

<sup>127</sup> Andres, L., Grésillon, B. (2011), Les figures de la friche dans les villes culturelles et créatives : regards croisés européens, *L'Espace Géographique* 1,15-30.

relazione a due ambiti principali: il sostegno diretto ad organismi culturali svizzeri, anche nell'ambito dello sviluppo di attività transfrontaliere, e l'integrazione della Svizzera in una rete di cooperazione internazionale.

## Turismo

Nel 2013 il settore turistico rappresentava circa 3% dell'attività economica della Svizzera e impiegava il 4,2% della popolazione attiva, corrispondente a 150 000 occupati a tempo pieno. La politica turistica nazionale svizzera è definita dalla Segreteria di Stato dell'economia (SECO) affiliata al Dipartimento federale dell'economia, della formazione e della ricerca (DEFR). Le attività di promozione e di marketing sono gestite tramite l'ente nazionale Svizzera Turismo; il supporto al settore alberghiero è funzione della Società svizzera di credito alberghiero (SCA). La Confederazione finanzia le attività di entrambe le strutture e dà attuazione al programma di incoraggiamento Innotour, volto ad aumentare l'attrazione dell'offerta turistica e a migliorare la competitività della Svizzera sul mercato turistico internazionale.

### *Politiche di promozione turistica: Innotour e Nuova Politica Regionale (NPR)*

Negli ultimi anni il turismo svizzero è stato colpito dalla crisi economica europea e penalizzato dal rapporto di cambio tra franco svizzero ed euro. Nel 2012 queste criticità, unite alla concorrenza di mercati turistici più competitivi, hanno spinto la Confederazione ad indurre un cambiamento strutturale del settore, attuata con l'elaborazione degli strumenti normativi che fondano due programmi: Innotour<sup>128</sup>, a livello nazionale e Nuova politica regionale (NPR) a livello locale.

Nello specifico, Innotour sostiene:

- Progetti mirati a rafforzare l'innovazione, la collaborazione e lo sviluppo delle conoscenze nel settore turistico. Le sovvenzioni allocate attraverso il programma cofinanziano fino al 50% del costo di progetti mirati al miglioramento dell'offerta turistica. Tali progetti devono essere di natura intersettoriale ed elaborare soluzioni innovative.
- Progetti legati all'accoglienza e la personalizzazione dei servizi alla clientela, lo sviluppo dell'agriturismo, la sostenibilità dell'offerta turistica nelle regioni alpine e naturali.
- Progetti di la mobilità lenta, tramite la creazione di reti di percorsi escursionistici pedonali, o dedicati alla bicicletta, lo skating o la canoa.

I criteri per l'accesso ai fondi prevedono che i progetti debbano contribuire alla competitività del mercato turistico svizzero, alla creazione di posti di lavoro e allo sviluppo di un turismo sostenibile. Per il periodo 2012-2015, lo strumento di promozione Innotour è stato finanziato con un budget di 20 milioni di franchi.<sup>129</sup> Forte del successo riscosso, la Confederazione intende aumentarne la dotazione per il periodo 2016-2019.

Il programma quadro NPR<sup>130</sup> promuove l'innovazione nei territori, al fine di aumentarne la competitività. Si articola in due fasi di quattro anni per il periodo 2008-2015 e dispone di un budget complessivo di 230 milioni di franchi.<sup>131</sup> Il programma viene elaborato dalla Confederazione in stretta cooperazione con i Cantoni, che a loro volta sovrintendono all'implementazione delle misure di accompagnamento nei territori.

<sup>128</sup> Legge Innotour, revisione di settembre 2011.

<http://www.news.admin.ch/NSBSubscriber/message/attachments/25512.pdf>

<sup>129</sup> [www.seco.admin.ch/innotour/?lang=it](http://www.seco.admin.ch/innotour/?lang=it)

<sup>130</sup> NPR: <http://www.wbf.admin.ch/it/temi/economia/nuova-politica-regionale-npr/>

<sup>131</sup> [www.wbf.admin.ch/it/themes/economie/nouvelle-politique-regionale-npr/](http://www.wbf.admin.ch/it/themes/economie/nouvelle-politique-regionale-npr/)

NPR sostiene iniziative per la competitività per la produzione di beni e servizi legati alle risorse dei territori rurali e di montagna: ha quindi un impatto diretto sul settore turistico svizzero, che in quelle aree concentra una parte importante dell'offerta.

Nonostante l'innovazione rappresenti un *focus* per entrambe le politiche, i progetti turistici di norma vengono sostenuti, a seconda delle loro specificità, dalla NPR o da Innotour. Sono contemplati tuttavia casi in cui è possibile usufruire di entrambi sostegni, sempre entro un massimo del 50% delle spese complessive.

### ***Altre iniziative di promozione turistica***

In Svizzera la tematica del turismo creativo non è specificamente affrontata in seno alla politica federale o nelle politiche cantonali. Sono tuttavia state sviluppate alcune iniziative per migliorare l'offerta ed aumentare l'attrattività della destinazione.:

- Per affrontare le debolezze strutturali del settore alberghiero, nel 2012 è stata lanciata una consultazione popolare, dall'esito positivo, allo scopo di limitare la costruzione di seconde case e di favorire il rinnovo del settore alberghiero, caratterizzato da un'offerta ormai limitata e poco competitiva rispetto ad altre destinazioni turistiche.
- “Milestone”, un premio annuale del turismo organizzato in collaborazione con il Segretariato di Stato dell'economia (SECO) e la Federazione Svizzera del Turismo. Il premio promuove lo sviluppo innovativo del settore e premia le realizzazioni e i progetti più esemplari con una dotazione di 33.000 franchi.
- Il progetto “Unesco Destinazione Svizzera”, che mira a rafforzare collaborazioni orizzontali e verticali tra i dieci siti del Patrimonio mondiale dell'UNESCO e la Biosfera UNESCO d'Entlebuch, in modo da creare un'offerta turistica di qualità attorno a questa tematica. Lo sviluppo di connessioni tra questi siti eterogenei permette di valorizzarli individualmente e di aumentare la loro attrattività grazie ad un'offerta integrata.
- Il Passaporto Musei Svizzeri, una misura creata nel 2006 con il sostegno di Innotour e sviluppata dall'Ufficio federale della Cultura, da Svizzera Turismo e dall'Associazione dei musei svizzeri. Il passaporto viene dato gratuitamente ai turisti che acquistano un abbonamento di trasporti ferroviario e offre libero accesso a 450 musei svizzeri. Nel 2007 sono state registrati 85.000 ingressi con il passaporto. La promozione offre un beneficio sia per i visitatori che per i musei, che ricevono dalla Fondazione Passaporto Musei Svizzeri un ammontare di risorse corrispondente alle entrate gratuite, incentivando al contempo l'utilizzo della rete ferroviaria.

### **Riferimenti bibliografici**

Andres, L., Grésillon, B. (2011), *Les figures de la friche dans les villes culturelles et créatives : regards croisés européens*, L'Espace Géographique 1, 15-30.

Canton of Zurich, Department for Economic Affairs, Office for Economy and Labour (2014), *Cluster Report 2011–2013: Facts, Figures and Players*, Department for Economic Affairs of the Canton of Zurich Office for Economy and Labour Division of Business and Economic Development, <http://www.awa.zh.ch>

Confédération Suisse, *Indicateurs: Financement de la Culture par les Collectivités Publiques en Suisse*, [www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/key.print.html](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/key.print.html)

Confédération Suisse (2015), *Europe Créative : Fiche d'Information*, [www.eda.admin.ch/dea/fr/home/verhandlungen-offene-themen/verhandlungen/creative-europe.html](http://www.eda.admin.ch/dea/fr/home/verhandlungen-offene-themen/verhandlungen/creative-europe.html)

«Les 10 plus Gros Sponsors de Suisse», *Bilan*, 2 février 2011, [www.sponsorize.ch/wp-content/uploads/2010/11/Dossier\\_Sponsoring-Bilan-02.11.pdf](http://www.sponsorize.ch/wp-content/uploads/2010/11/Dossier_Sponsoring-Bilan-02.11.pdf)

Loterie Romande (2013), *Répartitions des Bénéfices: Répartitions Romandes*, [www.entraide.ch](http://www.entraide.ch)

OFS (Office Fédéral de la Statistique) (2014), *Statistique Suisse sur le Financement de la Culture par les Collectivités Publiques: Définitions et Méthode*, [www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/data.html](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/data.html)

OFS (Office Fédéral de la Statistique) (2012), *Financement de la Culture par les Collectivités Publiques – Selon les Domaines Bénéficiaires et les Types de Dépenses 2000-2012*, [www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/data.html](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/data.html)

OFS (Office Fédéral de la Statistique) (2012), *Financement de la Culture par les Collectivités Publiques – Evolution à Prix Courants et aux Prix de 1990, 1990-2012*, [www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/data.html](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/data.html)

OFS (Office Fédéral de la Statistique) (2012), *Financement de la Culture par les Collectivités Publiques – Evolution Selon les Dépenses Totales des Collectivités Publiques, le PIB et en Francs par Habitant-e, 1990-2012*, [www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/data.html](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/04/data.html)

Pro Helvetia, *Rapporto Annuale 2013*, [www.prohelvetia.ch/fileadmin/user\\_upload/customers/prohelvetia/Jahresbericht\\_2013/PDF/FR/JP\\_FR\\_0424\\_Statistiken.pdf](http://www.prohelvetia.ch/fileadmin/user_upload/customers/prohelvetia/Jahresbericht_2013/PDF/FR/JP_FR_0424_Statistiken.pdf)

*Rapport sur les Fondations en Suisse 2014*, Centre d'Etudes de la Philanthropie en Suisse (CEPS), Université de Bâle, Centre pour le Droit des Fondations, Université de Zurich, SwissFoundations, Association des Fondations Donatrices Suisses, [www.rwi.uzh.ch/oe/stiftungsrecht/aktuellesausdemzentrum/Stiftungsreport/Stiftungsreport\\_2014\\_Franzoesisch.pdf](http://www.rwi.uzh.ch/oe/stiftungsrecht/aktuellesausdemzentrum/Stiftungsreport/Stiftungsreport_2014_Franzoesisch.pdf)

*Statistica Tascabile della Cultura in Svizzera 2014*, Confederazione Svizzera, Dipartimento Federale dell'Interno (DFI), Ufficio Federale della Cultura (UFC), [www.bak.admin.ch/dokumentation/04105/index.html?lang=it](http://www.bak.admin.ch/dokumentation/04105/index.html?lang=it)

## Sitografia

Basislager, Zurich, [www.basis-lager.ch/](http://www.basis-lager.ch/)

Ch.ch, [www.ch.ch/fr/federalisme-suisse/](http://www.ch.ch/fr/federalisme-suisse/)

Confederazione Svizzera, [www.admin.ch](http://www.admin.ch)

Design Preis Schweiz, <http://www.designnet.ch/>

Designers' Saturday, Lagenthal, [www.designerssaturday.ch/](http://www.designerssaturday.ch/)

Economia creativa Svizzera, <http://creativeeconomy.ch/>

Espace Vaud, <http://espace-vaud.ch/>

Loterie Romande, [www.entraide.ch](http://www.entraide.ch) e [www.loro.ch](http://www.loro.ch)

Migros Percento culturale, [www.percento-culturale-migros.ch/](http://www.percento-culturale-migros.ch/)

Swissfoundations, [www.swissfoundations.ch](http://www.swissfoundations.ch)

Swisslos, [www.swisslos.ch](http://www.swisslos.ch)

Servizio Europeo per l'Azione Esterna (EEAS),  
[http://eeas.europa.eu/delegations/switzerland/eu\\_switzerland/chronology/index\\_it.htm](http://eeas.europa.eu/delegations/switzerland/eu_switzerland/chronology/index_it.htm)

### **Leggi**

422.1 Legge Federale sulla Promozione della Cultura, [www.admin.ch/opc/it/classified-compilation/20070244/index.html](http://www.admin.ch/opc/it/classified-compilation/20070244/index.html)

Costituzione Federale della Confederazione Svizzera (1999), Capitolo 2: Competenze; Sezione 3: Formazione, Ricerca e Cultura, [www.admin.ch/opc/it/classified-compilation/19995395/index.html](http://www.admin.ch/opc/it/classified-compilation/19995395/index.html)

Messaggio Concernente la Promozione della Cultura negli Anni 2012-2015 (Messaggio sulla Cultura),  
[www.admin.ch/opc/it/federal-gazette/2011/2701.pdf](http://www.admin.ch/opc/it/federal-gazette/2011/2701.pdf)

Articolo 27ter (art. 71 nCost.)

Articolo 22bis (art. 61 Protezione civile)

## MESSICO

### Governance e politiche culturali

#### *Descrizione struttura amministrativa*

Il Messico è una repubblica federale composta di 32 unità politico-amministrative. Per comprendere l'articolazione del settore culturale messicano è necessario chiarire i rapporti tra i diversi livelli amministrativi coinvolti. L'amministrazione centrale è formata dall'ufficio presidenziale, dai ministeri e da diversi enti parastatali. I ministeri possono disporre di enti amministrativi, chiamati “*deconcentrati*”, competenti su materie particolari. Questi enti sono gerarchicamente subordinati ai ministeri, ma comunque dotati di personalità giuridica e autonomia finanziaria. Gli enti deconcentrati, i fondi e le aziende a partecipazione statale formano l'amministrazione parastatale. Per “amministrazione statale” si intende il livello di governo che fa riferimento ai governi dei 32 stati, liberi e sovrani, che si dividono a loro volta in municipi, l'entità politica autonoma più piccola del paese (l'attuale sistema conta 2 440 municipi).

Il federalismo implica una *governance* condivisa tra il governo centrale e quelli locali fondata sulla decentralizzazione dell'autorità, delle responsabilità e delle risorse. Convive tuttavia in Messico una forte tradizione di centralizzazione, derivante dall'assetto risultante dalla Rivoluzione Messicana: a partire del 1931 l'unione nazionale è stata infatti perseguita attraverso un sistema altamente centralizzato. Notevoli riforme nel senso della decentralizzazione sono state implementate a partire degli anni '90, ma l'obiettivo non è stato ancora completamente raggiunto (FMI, 2008). In particolare, mentre il processo di decentralizzazione politica è piuttosto avanzato, la decentralizzazione fiscale non è ancora stata attuata (OECD, 2013).

Anche la decentralizzazione culturale non è stata pienamente raggiunta, nonostante i progressi registrati nel corso degli ultimi venti anni: il Governo centrale elabora e implementa la politica culturale attraverso il Ministero della Pubblica Istruzione (*Secretaría de Educación Pública- SEP*), organismo superiore in materia di educazione e di cultura. Storicamente, la cultura in Messico è stata considerata un sub-settore dell'istruzione. Negli anni '60 venne istituito il sub- ministero della Cultura nell'ambito del Ministero della Pubblica Istruzione. Nel 1988, allo scopo di soddisfare le nuove esigenze culturali del paese, venne istituito il Consiglio Nazionale per la Cultura e le Arti (CONACULTA), ente che assunse le funzioni del precedente sub-ministero e al quale vennero assegnate nuove competenze, tra cui il coordinamento dei diversi enti parastatali con funzioni culturali. Dipendente dalla SEP, il CONACULTA è un ente con personalità giuridica di rango non ministeriale, con proprie funzioni e autonomia.

Tabella 37. Articolazione del settore culturale

| Tipo di amministrazione pubblica     |                               | Settore Culturale                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Livello Nazionale (governo centrale) | Ministeri                     | Ministero de la Pubblica Istruzione (SEP)                                                                                                                                                                                                                          |
|                                      | Enti parastatali:             |                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                      | <i>Di coordinamento</i>       | Consiglio Nazionale per la Cultura e le Arti (CONACULTA)                                                                                                                                                                                                           |
|                                      | <i>Altri enti parastatali</i> | INAH, INBA, Istituto Messicano di Cinematografia, Televisione Metropolitana, Studio Churubusco Azteca, Cineteca Nazionale, Centro di Formazione Cinematografica, Società del Centro Culturale e Turistico de Tijuana, Radio Educativa, Fondo di Cultura Economica. |
|                                      | <i>Fondi</i>                  | Fondo Nazionale per la Cultura e le Arti (FONCA)                                                                                                                                                                                                                   |
| Livello Statale (32 stati)           | Governi Statali               | 32 Istituzioni Statale di Cultura, 1 per ogni stato                                                                                                                                                                                                                |
| Livello municipale (2440 municipi)   | Governi municipali            | In 1000 municipi esistono delle Case della Cultura o centri culturali.                                                                                                                                                                                             |

Fonte: elaborazione propria secondo dati di diverse fonti ufficiali.

### ***Ruolo e intervento del governo centrale***

Attualmente CONACULTA coordina i seguenti enti:

- Istituto Nazionale di Antropologia e Storia ( INAH )
- Istituto Nazionale delle Belle Arti ( INBA )
- Istituto Messicano di Cinematografia ( IMCINE )
- Televisione Metropolitana (Canale 22 )
- Studio Churubusco Azteca ( ECHASA ) (studio cinematografico)
- Cineteca Nazionale
- Centro di Formazione Cinematografica ( CCC )
- Società del Centro Culturale e Turistico de Tijuana (CECUT)
- Radio Educativa
- Educad (azienda editoriale)
- Fondo di Cultura Economica (azienda editoriale)

Tra gli enti parastatali elencati, l'Istituto Nazionale di Antropologia e Storia (INAH) e l'Istituto Nazionale delle Belle Arti (INBA) sono di particolare rilevanza, sia per le attività svolte che per le risorse economiche loro assegnate, che superano largamente quelle di enti omologhi. Nel 2014, il CONACULTA, l'INAH e l'INBA hanno ricevuto il 77.7% del budget totale allocato alla cultura.<sup>132</sup>

L'INAH è l'istituto di riferimento per quanto riguarda il patrimonio archeologico e storico. È responsabile delle attività di conservazione, ricerca, diffusione, catalogazione e gestione. Articolato in centri

<sup>132</sup> Il budget allocato a ogni organismo è disponibile al link: <http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/se/SAE-ISS-27-14.pdf>

regionali, è responsabile della gestione del patrimonio archeologico e storico locale e di coordinare i tre livelli di governo (centrale, statali e municipali). Coordina inoltre 115 musei a livello federale e una rete di 68 biblioteche.

L'INBA è l'ente responsabile della conservazione del patrimonio artistico e ha la funzione di promuovere la diffusione dell'arte, stimolare la creazione e organizzare le attività legate all'educazione artistica. Coordina 29 scuole e centri di formazione artistica, 16 musei e diversi gruppi artistici di livello nazionale (Compagnie Nazionali di Danza, Opera, Teatro).

Come stabilito nel decreto di fondazione di CONACULTA, gli obiettivi generali dell'ente si concentrano sulla realizzazione di un sistema di gestione culturale più efficiente ed efficace: le sue funzioni sono rivolte infatti al coordinamento delle diverse istituzioni culturali e alla coerenza delle politiche culturali del paese. Rispetto ad entrambe le funzioni sono state avanzate istanze critiche. L'ampia consapevolezza che gli enti culturali, nonostante gli sforzi di coordinamento, operano in maniera disgiunta (Nalda, 2004, Ejea 2009) è ribadita nell'attuale strategia culturale nazionale (PECA 2014-2018), nella quale si sottolinea la mancanza di un progetto culturale integrato e trasversale tra diverse istituzioni. È stato inoltre sottolineato che lo statuto giuridico di CONACULTA non consente il pieno coordinamento tra istituzioni culturali (l'INAH e l'INBA, per esempio, hanno uno statuto giuridico di rango superiore a quello di CONACULTA, dal momento che i primi due sono stati istituiti con decreti del Congresso, mentre l'ultimo attraverso un decreto presidenziale, che ha valore puramente amministrativo<sup>133</sup>), nè consente di pronunciare regolamenti in materia culturale (di competenza della SEP), non garantendo, in definitiva, la possibilità di esercitare le attività statutarie.

Il dibattito relativo ad un nuovo statuto giuridico del CONACULTA, che lo ponga ad un livello istituzionale superiore o per lo meno equivalente agli enti che dovrebbe coordinare, è in corso da tempo. Altro tema ricorrente è la necessità di una riforma culturale più ampia, che comprenda, tra gli altri aspetti, la definizione di un quadro normativo unitario<sup>134</sup> e gli aggiornamenti necessari a regolare l'attuale sistema culturale.

Entrambi i temi, da lungo tempo all'ordine del giorno nel dibattito culturale messicano, sono toccati nell'attuale strategia nazionale di cultura (PECA 2014-2018), che rileva la necessità di rafforzare istituzionalmente il CONACULTA per evitare l'atomizzazione delle politiche culturali e favorire "l'attualizzazione della cornice legale del settore culturale".

Altri organismi pubblici con competenze culturali di livello nazionale, finanziate dal Ministero della Pubblica Istruzione, sono l'Università Nazionale Autonoma del Messico (UNAM) e l'Università Autonoma Metropolitana (UAM)<sup>135</sup>. L'importanza delle Università pubbliche messicane, non solo nel campo della ricerca e dell'insegnamento ma anche nella diffusione e promozione artistica e culturale, riflette lo stretto legame tra cultura e istruzione nel paese. Sin dal 1978, la promozione culturale è considerata una delle funzioni sostanziali delle Università, come specificato nei documenti ufficiali che regolano l'Istruzione pubblica superiore<sup>136</sup>. A livello regionale, alcune Università pubbliche hanno un ruolo simile alla *Secretaría de Cultura*, in particolare attraverso le proprie Direzioni di Promozione Culturale. Questo è il caso, ad esempio, dell'Università di Guadalajara, dell'Università Autónoma de Puebla e dell'Università di Colima.

Per quanto riguarda la proiezione culturale in ambito internazionale, l'organo d'indirizzo preposto è il Ministero degli Affari Esteri, che opera in collaborazione con il Coordinamento per gli Affari Internazionali del CONACULTA.

#### **Box 29. La promozione culturale nelle Università pubbliche: il caso dell'Università Autonoma Metropolitana**

<sup>133</sup> Secondo la Costituzione Messicana, legge suprema nel paese, un decreto emesso dal Congresso ha valore di legge, mentre quelli emessi dal Presidente sono di rango subordinato (con valore amministrativo).

<sup>134</sup> In totale, esistono nove leggi, cinque regolamenti, ventotto decreti, ventun conferenze e circa trecento disposizioni che fanno riferimento alle culture o alle arti (OEI- *Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura*).

<sup>135</sup> È indicativo il fatto che, nel 2013, l'UNAM ricevette quasi lo stesso ammontare di risorse dell'INBA (2 878.18 e 2 885.88 milioni di pesos rispettivamente).

<sup>136</sup> Formalizzata nel 1986 attraverso il *Programa Nacional de Extensión de la Cultura y los Servicios* (PNECS), in vigore tuttora.

**(UAM)**

Come stabilito dalla Legge di fondazione, l'UAM ha tre funzioni principali: l'insegnamento, la ricerca e la promozione culturale. La Commissione per la promozione culturale dell'UAM definisce quest'ultimo incarico come "ogni attività sociale che l'Università realizza al di fuori dei suoi programmi regolari d'insegnamento e al di fuori del suo ambiente accademico o, all'interno di questo, per un pubblico non esclusivamente universitario".

Il governo centrale alloca un budget annuale all'UAM per la funzione culturale. Nel 2013, l'UAM ha ricevuto 394.11 milioni di pesos, somma che nel 2014 è stata incrementata fino a 436.72 milioni. Per capire l'importanza culturale di quest'organismo, è importante segnalare che, nel 2013 e nel 2014, l'UAM ha ricevuto dal governo centrale dotazioni maggiori di quelle allocate ad alcuni enti con funzioni specificamente culturali, come il Fondo di Cultura Economica, che ha ricevuto 247.75 milioni di pesos nel 2013 e 237.75 nell'anno successivo (Sub direzione di Analisi Economica, 2014).

È inoltre interessante notare che, nel 2013, l'UAM ha destinato maggiori risorse alle attività culturali che all'insegnamento (71.7 milioni di pesos all'insegnamento, 77.4 alla ricerca e 73.9 alla promozione culturale) (*Ejercicio Presupuestal UAM*, 2013). Gestisce inoltre un network televisivo, uno radiofonico, un archivio storico, cinque centri culturali. Pubblica infine una rivista mensile.

L'UAM non è un caso isolato. Uno simile è quello dell'Università di Guadalajara (UdeG), che svolge un ruolo cruciale per lo sviluppo della cultura e le arti nella città di Guadalajara. Attraverso la *Secretaría de Vinculación y Difusión Cultural*, l'UdeG rappresenta infatti l'80% dell'offerta culturale della città (El Informador, 2014). Gestisce inoltre un'ampia dotazione culturale, la più rappresentativa della città e dello stato di Jalisco, composta di teatri, musei, sale da concerto e biblioteche pubbliche. La UdG dispone anche del Centro Culturale Universitario, distretto culturale in via di costituzione che, una volta portato a termine nel 2016, sarà il più grande del paese.

### **Ruolo e intervento dei governi statali**

Dalla creazione del CONACULTA (1988) è stata manifestata un'esplicita volontà di decentralizzare il settore culturale per dare una maggiore responsabilità agli stati nello sviluppo delle politiche e nella gestione del settore, storicamente di competenza dello Stato centrale. In questa logica è stato creato nell'ambito del CONACULTA il Coordinamento Nazionale di Decentralizzazione (1988-1994), ora *Dirección General para Vinculación Cultural*, responsabile dell'articolazione delle funzioni fra i tre livelli di governo. Nello stesso periodo sono stati definiti i primi meccanismi di finanziamento alla cultura con trasferimenti statali. Da allora, la decentralizzazione e la cooperazione intergovernativa sono temi ricorrenti nella gestione dei programmi culturali e nell'esecuzione delle politiche. Come già evidenziato, le competenze sul patrimonio culturale rientrano in un regime di cooperazione tra i diversi livelli di governo e rimangono finora incompiuti i processi di decentralizzazione e trasferimento delle responsabilità alle autorità locali. I governi locali, responsabili di ampie funzioni tra cui lo sviluppo delle città, l'adeguato funzionamento dei trasporti pubblici, la rivitalizzazione dei centri storici, condividono le funzioni di conservazione del patrimonio con il governo centrale. Meno coinvolto risulta infine il livello municipale, nonostante alcuni progressi siano stati compiuti nell'ultimo ventennio.

Tra i passaggi importati nel processo di decentralizzazione si segnala la creazione, negli anni '90, di istituzioni culturali statali (suddivise in Segreterie di cultura, Istituti di Cultura o Consigli Statali in base ai rispettivi statuti giuridici e responsabilità), che coordinano le azioni culturali statali e municipali. Oggi ne esistono 32, una per stato, con un peso crescente nella definizione della politica culturale.

La collaborazione tra il livello centrale, rappresentato dal CONACULTA, e il livello statale avviene tramite accordi (*Convenio Marco de colaboración*), che rientrano in due categorie: accordi tra il CONACULTA e le istituzioni culturali statali e accordi tra il CONACULTA i governi statali. Questi ultimi definiscono la programmazione culturale (che può includere programmi di stimolo alla creazione artistica, di sviluppo culturale municipale e di promozione del patrimonio culturale), i meccanismi di cooperazione e la ripartizione delle risorse tra i due livelli di governo. Il sistema degli accordi si riproduce tra il livello statale e il livello municipale. In quest'ottica, gli accordi di collaborazione sono di fatto uno strumento di decentralizzazione, poiché consentono agli stati e ai municipi di avere un ruolo nella programmazione culturale.

### ***Ruolo e intervento governi municipali***

A livello municipale, la *governance* culturale è piuttosto variabile. In alcuni casi i comuni gestiscono la programmazione culturale attraverso una “Direzione cultura” o altre strutture, affini a un assessorato alla cultura; in altri casi i municipi possiedono proprie istituzioni culturali, le *Casas de Cultura* o Centri culturali municipali. In altri casi ancora, laddove i municipi non hanno proprie istituzioni culturali, le competenze culturali sono in capo a istituzioni che svolgono altre funzioni, come l’Istituto dei Servizi Sociali per i Lavoratori dello Stato (ISSTE) o l’Istituto Messicano per il Welfare (IMSS).

Vale la pena segnalare che lo studio della gestione culturale a livello municipale è materia relativamente recente nell’ambito degli studi amministrativi messicani, con la conseguenza che la documentazione disponibile risulta piuttosto frammentata: il Sistema nazionale d’informazione culturale (SIC) possiede, per esempio, dati relativi a soli 300 municipi (su un totale di 2440) circa l’esistenza o meno di una direzione o ufficio culturale comunale; allo stato attuale, risultano inoltre attive approssimativamente mille *Casas de la Cultura* o centri culturali gestiti da autorità non culturali.<sup>137</sup>

Una maggiore attenzione per la gestione culturale a livello municipale si sta comunque affermando negli ultimi anni, come testimonia la creazione della Conferenza Nazionale delle Istituzioni Municipali di Cultura, (CONAIMUC) nel 2010. La CONAIMUC è un’associazione che lavora con i comuni allo scopo di raggiungere una maggiore e migliore partecipazione municipale nella gestione culturale. Le attività comprendono, tra le altre, lo sviluppo di progetti culturali di qualità e il trasferimento di capacità manageriali, di gestione e innovazione in materia di cultura e di turismo culturale.

Altri programmi che rispecchiano la logica di decentralizzazione sono il PACMYC (Programma di Supporto alle Culture Municipale e Comunitarie), il PAICE (Programma di Supporto alle dotazioni Culturali degli Stati) e il Programma di Sviluppo Culturale Municipale (PDCM), creati da CONACULTA con l’obiettivo generale di promuovere la decentralizzazione culturale e la cooperazione intergovernativa (vedere la sezione “Fondi per gli stati” pag. 11). Questi programmi rispecchiano un cambiamento nella gestione culturale, da un approccio tradizionalmente centrale, verso un paradigma che cerca la partecipazione diretta della società nella vita culturale del paese.

#### **Box 30. Il Patrimonio Naturale**

Nel caso del Messico, il patrimonio naturalistico è strettamente legato al patrimonio culturale. Alcuni esempi di patrimonio misto sono la riserva naturale di Sian Ka’aan, che comprende 27 siti archeologici e 120 km di barriera corallina, o Calakmul, zona archeologica dotata di una riserva naturale con una superficie di 723 mila ettari, entrambe iscritte alla lista del patrimonio Unesco. Altri esempi sono il sistema corallino Veracruzano nel Golfo del Messico e il Banco Chinchorro nel Caraibe, aree marine che possiedono un patrimonio storico e naturalistico sommerso. Nonostante i legami tra la dimensione culturale e quella naturalistica, questi siti sono gestiti da due autorità diverse. L’autorità competente per il Patrimonio naturale è la Segreteria per l’Ambiente e le Risorse Naturali (SEMARNAT), che regola l’uso delle risorse naturali, il settore energetico e alcune competenze turistiche, in particolare legate al “turismo naturale”.

La gestione del patrimonio culturale è affidata all’Istituto Nacional de Antropología e Historia-INAH (responsabile esclusivamente del patrimonio storico e archeologico). La collaborazione tra le diverse istituzioni, il governo federale e il governo locale per la protezione e la gestione dei siti si realizza attraverso degli accordi di collaborazione. Tuttavia, alcuni esperti hanno segnalato difficoltà di carattere amministrativo nell’elaborazione di programmi di gestione mista, che includano aspetti naturali e culturali (Carillo, Mènantreau, 2012). Il problema principale emerge dalla distinzione delle competenze e dei riferimenti giuridici. In Messico, a differenza delle agenzie federali degli Stati Uniti o del Canada (National Park Service o Parks Canada), esistono due istituzioni diverse, una per ogni tipologia di patrimonio, fatto che rende complessa la gestione efficace ed efficiente del patrimonio misto.

<sup>137</sup> Informazione ottenuta attraverso comunicazione diretta con le autorità responsabili del SIC (aprile 2015).

## Struttura del patrimonio nazionale

Il Messico possiede un esteso patrimonio culturale, posizionandosi al sesto posto nella graduatoria UNESCO (dopo Italia, Spagna, Cina, Germania e Francia) con trentadue siti iscritti. La normativa che regola il patrimonio culturale è la Legge Federale sui Monumenti e le Aree Archeologiche, Artistici e Storici di 1972<sup>138</sup>, secondo la quale il patrimonio esistente è classificato nelle seguenti categorie:

- *Monumenti archeologici*: sono tutti i beni mobili e immobili prodotti delle culture precedenti all'arrivo degli Spagnoli, inclusi i resti archeologici e paleontologici. Questi beni sono considerati proprietà della nazione, inalienabili (art 27 e 28 della legge Federale). Ad oggi sono catalogati 29 000 siti archeologici, dei quali 187 aperti al pubblico. L'INAH stima che ci siano approssimativamente 200 000 siti con resti archeologici nel paese.
- *Monumenti storici*: sono i beni legati alla storia della nazione a partire dall'insediamento della cultura ispanica in Messico. Specificamente, sono patrimonio storico gli edifici costruiti dal XVI al XIX secolo. Ad oggi sono registrati 110 000 monumenti storici in un insieme stimato in 121 531 unità. Secondo un rapporto dell'INAH del 2013, l'85% degli immobili storici sono di proprietà privata.
- *Monumenti artistici*: sono i beni mobili e immobili con un valore estetico rilevante secondo la loro rappresentatività, il grado d'innovazione, la loro appartenenza ad una determinata corrente artistica e altri criteri. Sono registrati 18 791 monumenti artistici.

**Tabella 38. Struttura del patrimonio nazionale registrato**

|                                                           |         |
|-----------------------------------------------------------|---------|
| Siti archeologici registrati                              | 29 000  |
| • tra i quali, sono aperti al pubblico                    | 187     |
| Monumenti storici                                         | 110 000 |
| • tra i quali, siti di patrimonio ferroviario             | 490     |
| • immobili religiosi                                      | 4029    |
| Monumenti artistici                                       | 18 791  |
| Siti iscritti nella lista UNESCO patrimonio dell'umanità. | 32      |

Fonte: Atlas d'infrastruttura e patrimonio culturale, CONACULTA, 2010

## Dotazione Culturale

Il Messico possiede una dotazione culturale composta di 1268 musei, 22630 biblioteche (delle quali 7 388 fanno parte della Rete Nazionale di Biblioteche Pubbliche), 1567 tra librerie e punti vendita di libri, 620 teatri, 1873 centri culturali, 402 gallerie e 654 auditorium. È importante segnalare che questa dotazione culturale è piuttosto concentrata geograficamente, rendendola di difficile accessibilità per un ampio settore della popolazione. Ad esempio, il 92.06% dei comuni non possiede un teatro, anche se vi abitano il 52.2 % dei messicani (Ribot, 2014)<sup>139</sup>. Nel caso delle biblioteche (dati 2010), lo stato di Tabasco ne ha 564 per una popolazione totale di 2 milioni 238 603 persone, (1 biblioteca per 3969.1 abitanti); lo stato di Querétaro conta soltanto 62 biblioteche per una popolazione di 1 milione 827937 persone (1 biblioteca ogni 29482.8 abitanti) (Conaculta, 2010). È inoltre importante segnalare che, secondo i risultati del Sondaggio di Consumo Culturale Nazionale 2012, il 38% della popolazione di età superiore ai sei anni non ha mai frequentato un luogo dedicato alla cultura (biblioteche, musei, teatri, siti archeologici, storici, ecc.), proprio a causa della difficile accessibilità, soprattutto per i municipi con meno di 100 mila abitanti. (CONACULTA, 2004).

<sup>138</sup> Il regolamento è disponibile nel sito:

[http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/mexico/mexique\\_ley\\_federal%20\\_monumentos\\_1972\\_esp\\_orof.pdf](http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/mexico/mexique_ley_federal%20_monumentos_1972_esp_orof.pdf)

<sup>139</sup> Ribot, Alfonso (2014) Retos de la política cultural en México. Revista para el análisis de la cultura y el territorio, num 15.

Tabella 39. Dotazione Culturale

|                                           |               |
|-------------------------------------------|---------------|
| <b>Musei</b>                              | <b>1 268</b>  |
| • gestiti dal INAH                        | 115           |
| • gestiti dal INBA                        | 16            |
| <b>Biblioteche</b>                        | <b>22 630</b> |
| • Rete Nazionale di biblioteche Pubbliche | 7 388         |
| • formano la Rete di Biblioteche del INAH | 68            |
| <b>Librerie o punto vendita di libri</b>  | <b>1 567</b>  |
| <b>Teatri</b>                             | <b>620</b>    |
| <b>Centri Culturali</b>                   | <b>1 873</b>  |
| <b>Gallerie d'arte</b>                    | <b>402</b>    |

Fonte: Diario Ufficiale della Federazione. 28 aprile 2014 e INEGI

### ***Rete di Musei del'INAH***

La titolarità della gestione dei musei pubblici dipende della natura dei loro patrimoni: i musei artistici sono gestiti dall'INBA, alcuni musei specializzati dipendono dei diversi Ministeri (per esempio il Museo del Ministero delle Finanze o il Museo della Cancelleria), altri dai governi statali, municipali o delle Università. I musei di storia e antropologia sono gestiti dall'INAH e costituiscono la rete museale pubblica più ampia, che conta 115 Musei.

A eccezione della Città del Messico, gli sforzi per consolidare dei veri distretti museali sono finora risultati carenti, principalmente a causa della disaggregazione geografica sull'ampio territorio nazionale. I 115 musei pubblici sono classificati, secondo la natura delle loro collezioni, nelle seguenti categorie:

- *Musei Nazionali:* sono musei con collezioni storiche o antropologiche rappresentative della totalità del paese. Esistono cinque Musei Nazionali, tutti situati a Città del Messico. I due musei con il maggior numero di visitatori nel 2014 rientrano in questa categoria: il Museo Nazionale d'Antropologia, con oltre due milioni di visitatori, e il Museo Nazionale di Storia, con 1.47 milioni di visitatori.
- *Musei Regionali:* Le loro collezioni illustrano lo sviluppo della regione e delle culture regionali. Esistono venti musei di questo tipo, in venti stati diversi.
- *Musei metropolitani:* Le loro collezioni sono d'importanza per la Città del Messico, ma per i loro temi e le loro collezioni non sono classificati come nazionali. Esistono tre musei di questo tipo, tutti situati nella Città del Messico.
- *Musei Locali:* Sono vincolati a un monumento storico locale o ai caratteri identitari di una località determinata. Esistono quarantatré musei di questo tipo.
- *Musei di Siti Archeologici:* Le loro collezioni rappresentano la storia dei siti archeologici presso i quali sono situati. Esistono trentasei musei di questo tipo presso i siti archeologici più importanti, su un totale di 187 siti archeologici aperti al pubblico.
- *Musei di Siti Storici:* Sono situati in immobili d'importanza storica, di cui illustrano la storia e le vicende dei personaggi storici ad essi legati. Esistono cinque musei di questo tipo.
- *Musei Comunitari:* Sono dedicati al patrimonio popolare della comunità presso i quali sono situati. A differenza del resto, i musei comunitari emergono dall'iniziativa delle comunità, e posteriormente ricevono il riconoscimento e validazione dell'INAH. Insieme ai Musei regionali e

locali, i musei comunitari sono stati creati negli anni '90 seguendo la logica di gestione culturale decentralizzata e la partecipazione diretta della società nella vita culturale del paese.

L'INAH coordina i diversi musei attraverso il proprio Ufficio Nazionale per il Coordinamento dei Musei (*Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones*). I Musei regionali sono gestiti dai centri regionali INAH (uno per stato). I musei locali e comunitari sono stati decentralizzati e la loro gestione e direzione affidate alle comunità, con il supporto delle autorità locali. I gestori dei musei locali e comunitari hanno la libertà di gestire i propri spazi e avviare ricerche correlate ai propri campi d'indagine, mentre l'INAH è incaricato di stabilire le normative scientifiche e tecniche per la conservazione del patrimonio.

Nella rete di musei INAH non si pone ancora il problema della gestione esterna di servizi accessori, almeno per quanto riguarda le librerie. La società Educal, azienda editoriale a capitale pubblico stabilisce i punti vendita dei libri nei musei e i siti archeologici coordinati dal INAH. La collaborazione tra l'INAH e l'Educal si realizza attraverso accordi, nei quali si stabiliscono le condizioni di vendita, la ripartizione dei ricavi (Educal conferisce all'INAH una percentuale delle vendite) e la divisione di responsabilità tra le istituzioni. Nei punti vendita di libri si commercializzano anche i prodotti promozionali prodotti dallo stesso INAH, come ad esempio riproduzioni in ceramica, gioielli e argenteria.

L'INAH gestisce tutti i processi concernenti all'apertura e chiusura di punti vendita nei musei, dopo averne esaminato la redditività, le modalità di funzionamento e la qualità del servizio. Può inoltre indire gare d'appalto per dare in concessione d'uso spazi e servizi museali.

Per quanto riguarda i musei d'arte, come già precisato, la rete di musei pubblici è coordinata dall'INBA. L'accrescimento dei patrimoni e delle collezioni dei musei d'arte non sono normalmente il risultato di un programma scientifico predefinito, quanto piuttosto il risultato di transazioni circostanziali e aleatorie (compravendite di opere, donazioni, cessioni); non è stabilito un programma ufficiale a livello nazionale che definisca le linee guida per lo sviluppo delle collezioni, né un budget destinato all'acquisito sistematico di opere di arte (Garduño, 2013).

In alcuni casi, a complemento delle attività svolte dall'INAH o INBA, dalle proprie articolazioni territoriali e delle istituzioni governative statali e municipali, intervengono soggetti non-profit (nella forma giuridica "Associazione Civile-A.C"): si tratta di associazioni di privati, di fondi o di fondazioni indipendenti, scaturiti dall'iniziativa cittadina per promuovere e supportare i musei. La Federazione Messicana di Associazioni Amici dei Musei (FEMAN), creata nel 1991, riunisce i fondi, le fondazioni e le associazioni più importanti, la maggior parte dei quali è localizzata a Città del Messico. Un altro caso interessante è il Centro Messicano per la Filantropia (CEMEFI), che rappresenta l'aggregazione di una decina di associazioni.

### **Strategia nazionale e azioni di promozione culturale**

L'attuale strategia nazionale per la cultura è descritta nel documento "Programma Speciale di Cultura e Arte 2014-2018"<sup>140</sup> (PECA), elaborato dal Ministero della Pubblica Istruzione (SEP). In conformità a questo programma, CONACULTA e gli altri enti parastatali con competenze culturali elaborano i propri programmi e le proposte di budget. Ciascuno stato, secondo la stessa procedura, elabora la propria strategia o programma culturale in conformità con questo documento.

Il PECA ha sei obiettivi generali. Ogni obiettivo generale è disaggregato in strategie, ulteriormente articolate in linee guida per le azioni. La maggior parte delle azioni sono enunciate in termini piuttosto generali, senza essere collegate a progetti specifici.

I sei obiettivi generali sono:

1. Promuovere e diffondere le espressioni artistiche e culturali nel paese e avere una maggiore proiezione all'estero.

<sup>140</sup> [http://www.conaculta.gob.mx/PDF/PECA\\_DOE\\_2014-2018.pdf](http://www.conaculta.gob.mx/PDF/PECA_DOE_2014-2018.pdf)

2. Promuovere l'educazione e la ricerca artistica e culturale.
3. Sviluppare e migliorare la dotazione culturale esistente e promuoverne un maggiore utilizzo.
4. Preservare il patrimonio, promuoverne e diffonderne la conoscenza, favorire la diversità culturale.
5. Incrementare il supporto alla creazione artistica e sviluppare le industrie culturali e creative:
6. Garantire l'accesso universale alla cultura attraverso le tecnologie digitali.

### *Cambiamenti ed elementi di continuità nella strategia nazionale di cultura*

Una novità dell'attuale programmazione è il lancio di una Strategia Digitale Nazionale per la Cultura (obiettivo 6). Questa strategia si articola in 18 linee guida, tra le quali figurano l'alfabetizzazione digitale, la digitalizzazione del patrimonio culturale per garantire l'accessibilità, lo sviluppo delle arti digitali e l'apertura di bandi per stimolare il talento di sviluppatori di software e applicazioni. Questa strategia è parte di un programma nazionale più ampio, la Strategia Digitale Nazionale (EDN), lanciata dal governo centrale per colmare il divario digitale nel paese: nel 2011 il Messico si posizionava all'ultimo posto tra i trentaquattro paesi dell'OECD per quanto riguarda il livello di digitalizzazione (EDN, 2013).

Un'altra novità dell'attuale programmazione è l'integrazione delle azioni culturali nell'ambito della strategia d'inclusione sociale e di prevenzione della violenza. Il documento riconosce la vulnerabilità del tessuto sociale come conseguenza della situazione di violenza, insicurezza ed emarginazione diffusa in molte aree del paese. Sulla base con tale riconoscimento, il CONACULTA ha inserito la prevenzione della violenza tra le proprie azioni prioritarie. Tale programma costituisce l'elemento culturale del Programma nazionale del Ministero degli Affari Interni dedicato al tema.

Un terzo cambiamento nella nuova strategia è la definizione di diciassette indicatori di risultato (l'Autorità di controllo Superiore della Federazione ne aveva segnalato la mancanza nei cicli di programmazione precedente). Tali indicatori esprimono i progressi verso il raggiungimento degli obiettivi (cui è attribuito un valore - target per il 2018) misurando le variazioni rispetto a un anno base (2013). Si osserva che nell'attuale programmazione non a tutti gli obiettivi è attribuito uno specifico indicatore e che non si prevede un'allocatione delle risorse per obiettivo.

Si segnala inoltre che, mentre la programmazione precedente (Programma Nazionale di Cultura 2007-2012) dedicava uno degli otto assi prioritari, al turismo culturale<sup>141</sup>, nell'attuale strategia il nesso tra turismo e cultura non è stato ribadito: nel documento il tema è poco approfondito, al di là di generico riconoscimento della necessità di correggere la mancata integrazione tra l'azione culturale e il turismo (la linea guida 4.5.2 rileva, pur senza indicare specifiche misure, la necessità di "lanciare programmi per incrementare l'offerta turistica attraverso il patrimonio culturale").

In generale, con l'eccezione dei cambiamenti menzionati in precedenza, si può affermare che le tematiche prioritarie dell'attuale PECA rimangono molto simili agli otto assi prioritari della programmazione 2007-2012. Tra gli elementi di continuità, che di fatto costituiscono il *fil rouge* delle strategie culturali nazionali dal 1988 ad oggi (Nivón, 2004), si ribadisce la necessità di integrare la decentralizzazione delle competenze culturali con il decentramento delle risorse dedicate alla cultura, costituendo fondi ad hoc presso le amministrazioni degli stati.

### ***Quadro giuridico e fiscale di riferimento per il coinvolgimento del settore privato***

La partecipazione del settore privato nel finanziamento della cultura è un fenomeno relativamente recente in Messico. Storicamente, è stato esclusivamente il governo centrale a finanziare la cultura,

<sup>141</sup> Gli otto assi della programmazione culturale del 2007-2012 erano: 1) il patrimonio e la diversità culturale, 2) la dotazione culturale, 3) la promozione culturale nazionale e proiezione all'estero, 4) gli incentivi pubblici alla creazione, 5) l'educazione e la ricerca culturale, 6) le attività ricreative, lo stimolo alla lettura e le politiche bibliotecarie 7) turismo culturale 8) industrie culturali, in particolare radio, televisione, cinema, editoriale e design.

considerata come un ambito di competenza dello Stato. Inoltre, vi è ampia consapevolezza della mancanza di una legislazione che incentivi il ricorso a risorse private.

Le donazioni aziendali e individuali alla cultura sono regolate nel quadro legale e fiscale che stimola le attività senza scopo di lucro, di volontariato e di assistenza, che non prevede tuttavia misure specificamente mirate alle attività culturali e artistiche. Queste disposizioni rientrano nel codice tributario della Federazione, in particolare nella *Ley de Impuesto Sobre la Renta* (Legge sull'Imposta sul Reddito) e nella Legge Federale per il sostegno alle attività della società civile promulgata nel 2004. La Legge sull'Imposta sul reddito promuove le attività di fondazioni e di associazioni senza scopo di lucro di diverse tipologie attraverso l'esenzione totale delle tasse sul reddito. Tra le associazioni, che devono ottenere una specifica autorizzazione a ricevere donazioni, sono incluse le fondazioni e le associazioni culturali dedicate allo sviluppo delle arti, alla protezione e alla conservazione del patrimonio culturale e al supporto delle attività delle istituzioni culturali pubbliche. Questa legge stabilisce anche una deduzione fiscale per le aziende e gli individui che concedono donazioni a queste organizzazioni.

La necessità di una legge federale in materia specifica di mecenatismo aziendale per la cultura è considerata urgente dai professionisti del settore ed è diventata un tema ricorrente negli ultimi anni (Ribot, 2014, Jimenez, 2012). Un esempio di questo dibattito è stato l'incontro "Arte e Sostenibilità" tenuto a Città del Messico nel 2012, che ha riunito professionisti del settore pubblico e privato, artisti e rappresentanti d'istituzioni culturali nazionali e internazionali (tra cui CONACULTA, Segretaria di Cultura del Distretto Federale di Oaxaca, Cattedra Unesco di Politiche Culturali e Cooperazione dell'Università di Girona, British Council, ecc.). Gli esperti hanno rilevato la necessità per il settore di "cessare la dipendenza economica dal governo", sviluppare una mentalità aperta al coinvolgimento del privato nei progetti culturali (principalmente da parte delle aziende) e di elaborare un quadro giuridico che stimoli la sua partecipazione.

Esistono, seppure soltanto in due casi, provvedimenti normativi per il mecenatismo culturale aziendale a livello dei singoli stati. Nello stato di Nuevo Leon, l'Incentivo Fiscale per la Creazione artistica, approvato nel 2010, garantisce alle aziende un credito d'imposta fino all'80% dell'ammontare erogato al progetto culturale a valere sull'imposta sui salari (ISN). Secondo dati aggiornati ad aprile 2014, 35 aziende in Nuevo Leon hanno supportato 44 progetti di 34 soggetti in base a questa legge. Nello stato di Jalisco, la Legge sul Mecenatismo Culturale, approvata nel 2014, permette alle aziende di richiedere l'esenzione dal pagamento dell'imposta sui salari pari al 60% del sostegno fornito al progetto culturale o artistico. Per beneficiare del mecenatismo, i proponenti devono sviluppare la loro attività culturale nello stato di Jalisco e dimostrare il valore culturale del progetto.

Un meccanismo fiscale che si è rivelato efficace è quello previsto nella Legge Federale sui Monumenti e i Siti Archeologici, Artistici e Storici, che concede ai proprietari di monumenti storici e artistici l'esenzione dall'imposta sui beni immobili nel caso di opere di conservazione o restauro. Un esempio di restauro operato attraverso questo meccanismo è il centro storico di Città del Messico. Sono infine deducibili le donazioni al Fondo Nazionale per la Cultura e l'Arte (FONCA) (v. paragrafo precedente).

### **Fondazioni aziendali**

Il settore privato, in particolare le grandi imprese, promuove la cultura attraverso la sponsorizzazione di eventi o attraverso eventi propri, spesso creando a questo scopo fondazioni culturali. Le fondazioni e i fondi aziendali sono organizzazioni private senza scopo di lucro che operano in settori di pubblica utilità. A differenza delle "*asociaciones civiles*" (associazioni), sono create dalle aziende come entità legalmente autonome ma con legami a livello strategico, finanziario e di *governance*. Secondo uno studio recentemente realizzato dal Centro Messicano per la Filantropia, in Messico esistono 131 fondazioni aziendali, delle quali il 18.8% è dedicato alla promozione della cultura e alle arti. Il tema culturale è il sesto per importanza tra quelli di interesse delle fondazioni dopo i servizi umanitari, l'educazione, l'attività di utilità sociale, la salute e l'ambiente.

Nella maggior parte dei casi, tali fondazioni sono state istituite da grandi aziende e dispongono di risorse importanti, come la *Fundacion Jumex* per l'arte contemporanea, il *Fomento Cultural* del gruppo

finanziario Banamex o il Fondo per l'Arte e la Cultura del Gruppo Omnilife. Lo stesso studio segnala inoltre che inizia registrarsi un interesse da parte delle medie imprese.

### ***Alleanze Pubblico- Privato***

Si registrano in Messico alcuni casi interessanti di collaborazione tra il settore pubblico e il privato per la realizzazione di progetti culturali, in particolare a città del Messico, Guadalajara e Monterrey, le tre maggiori città del paese, nelle quali si concentra l'84% del valore aggiunto culturale. (Navarrete, 2011).

Tra gli esempi è interessante citare il caso di Guadalajara, dove l'azienda telefonica Telmex ha collaborato con l'Università pubblica di Guadalajara (UdeG) per la costruzione del Centro Culturale Universitario (CUU), cluster culturale che sarà portato a termine nel 2016 e che, si prevede, sarà il più esteso del paese. Una parte del CUU è già in fase di attuazione e comprende una biblioteca pubblica, un auditorium, la sede della Direzione Culturale dell'UdeG e altri servizi culturali. Per sostenere finanziariamente il progetto, oltre al contributo di dieci milioni di dollari conferito dall'azienda, saranno inclusi nel cluster culturale centri commerciali e abitazioni (Dávila Gomez, 2010).

Un altro caso interessante è il Museo di Arte Popolare (MAP) di Città del Messico, finanziato attraverso un fondo tripartito al quale contribuiscono il governo federale, il governo statale e i privati. Alla creazione del Museo, avviata nel 2006, hanno partecipato il CONACULTA, la Rockefeller Foundation e il governo di Città del Messico.

### ***Risorse pubbliche allocate alla cultura***

L'ammontare annuo allocato alla cultura è definito nel *Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF)*, budget federale preparato dall'organo esecutivo e presentato alla Camera dei Deputati del Congresso per eventuali modifiche e per l'approvazione della versione definitiva. Nell'ambito del budget federale, lo Stato stabilisce le risorse per il Ministero della Pubblica Istruzione (SEP). La SEP distribuisce le risorse per la promozione e diffusione della cultura e dell'arte al CONACULTA e ai diversi organismi culturali. La cultura è dunque, anche dal punto di vista del finanziamento, un "sub-settore" del settore educativo: da questo dipende la difficoltà di isolare chiaramente l'allocazione puramente "culturale".

Nell'anno 2014, la percentuale del PIL allocata al sub-settore è stata lo 0,11%, cifra inferiore a quella del 2013 e del 2012 (0.13% e 0.12% rispettivamente)<sup>142</sup> e considerabilmente inferiore alle spese culturali di altri paesi: in Spagna, ad esempio, nel 2012 le spese per la cultura erano lo 0.46% del PIL (Ministero dell'Istruzione, della Cultura e dello Sport, 2014).

La seguente tabella presenta l'evoluzione del budget allocato all'azione culturale a livello federale negli ultimi anni.

<sup>142</sup> *Presupuesto de Egresos de la Federación* 2011-2012, 2013-2014 e 2014-2015.

**Tabella 40. Andamento del budget federale per la cultura e le arti (in milioni di pesos)**

|                                                 | 2011            | 2012            | 2013            | 2014            |
|-------------------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Patrimonio e diversità culturale                | 4 072.3         | 5 522.1         | 4 828.7         | 4 410.8         |
| Infrastruttura culturale                        | 2 306.5         | 2 662.2         | 1 541.2         | 1 470.3         |
| Promozione culturale nazionale e internazionale | 2 519.4         | 3 911.3         | 4 110.1         | 3 822.7         |
| Stimoli alla creazione e patrocini              | 441.8           | 669.3           | 311.1           | 294.1           |
| Formazione e ricerca                            | 1 240.9         | 1 879.5         | 2 177.2         | 2 058.4         |
| Attività ricreative e fomento alla lettura      | 806.1           | 1 057.5         | 1 023.6         | 882.2           |
| Cultura e turismo                               | 338.8           | 523.1           | 471.9           | 441.1           |
| Industrie Culturali                             | 908.4           | 1 168.3         | 1 431.4         | 1 323.3         |
| <b>TOTALE</b>                                   | <b>12 634.2</b> | <b>17 393.3</b> | <b>15 895.2</b> | <b>14 702.9</b> |

Le cifre mostrano il budget di Conaculta e degli 11 altri enti culturali parastatali.

Fonte: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2014

La tabella mostra che nel 2014 l'ammontare dei fondi pubblici allocati al sub-settore cultura è diminuito rispetto al 2013 e al 2012. Il patrimonio e la diversità culturale assorbono la maggiore quota del bilancio totale allocato alla cultura. La dotazione allocata all'infrastruttura culturale è stata ridotta considerabilmente negli ultimi tre anni, mentre l'allocazione per la formazione e la ricerca, anche se minore nel 2014 rispetto al 2013, è cresciuta considerabilmente ultimi anni. Lo stesso vale per le risorse allocate alle industrie culturali, che mostrano una tendenza crescente, in lieve calo soltanto nel 2014.

### **Fondi federali per gli Stati**

Nell'ambito del budget federale, la SEP distingue due filoni di spesa, uno destinato agli stati per la programmazione del settore cultura e uno destinato direttamente alle istituzioni Culturali Statali (32 in totale, una per stato). La seguente tabella mostra l'articolazione e l'evoluzione del budget allocato dal Ministero della Pubblica Istruzione negli ultimi anni.

**Tabella 41. Evoluzione degli stanziamenti agli stati per la sub-funzione Cultura (milioni di pesos)**

|                                                     | 2011     | 2012     | 2013     | 2014     |
|-----------------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|
| Stanziamenti per i programmi culturali degli stati  | 1,565.10 | 1 045.96 | 3 907.86 | 1 867.76 |
| Stanziamenti per gli istituti culturali delle stati | 480.00   | 1,025.92 | 1,025.92 | 1,025.92 |

Fonte: elaborazione propria con dati dei PEF 2011-2012, 2013-2014 e 2014-2015.

La spesa allocata agli stati per i programmi culturali è rimasta piuttosto stabile negli ultimi anni, ad eccezione che nel 2013, in cui la spesa è stata considerabilmente maggiore. La spesa per gli istituti culturali è rimasta stabile dopo essere cresciuta nel 2012. Le 32 istituzioni di cultura ricevono lo stesso ammontare annuale. Dal 2008, ciascun istituto riceve almeno 15 milioni di pesos all'anno.

Oltre alle risorse sopra indicate, esistono due programmi importanti attraverso i quali il governo Federale distribuisce risorse per la cultura alle amministrazioni statali e municipali: il Programma di Supporto all'infrastruttura Culturale degli Stati (PAICE) e il Programma di Supporto alle Culture Municipali e Comunitarie (PACMYC). Il PAICE è un supporto agli stati e ai municipi per migliorare le condizioni degli spazi destinati alla cultura cofinanziando la costruzione, la ristrutturazione e la manutenzione delle infrastrutture culturali sostenute dagli stati, dai municipi, dalle università o dal settore privato. Il PACMYC mira a sviluppare le culture popolari e comunitarie attraverso il finanziamento di progetti della società civile; è finanziato attraverso una quota annuale erogata dal governo centrale, destinata a specifici progetti, e una quota dai governi statali, che sostengono i costi di operazione e di monitoraggio del programma. I programmi sono gestiti dalle istituzioni culturali statali beneficiarie.

**Tabella 42. Evoluzione della spesa federale allocata al PAICE E PACMYC (milioni di pesos)**

|        | 2011   | 2012   | 2013   | 2014  |
|--------|--------|--------|--------|-------|
| PAICE  | 106.10 | 106.10 | 609.81 | 600   |
| PACMYC | 35.91  | 35.91  | 37.17  | 48.59 |

Fonte: elaborazione propria su dati PEF 2011-2012, 2013-2014 e 2014-2015.

I dati mostrano un aumento considerevole in entrambi i programmi e riflettono la logica di decentralizzazione culturale. L'evoluzione recente evidenzia la crescente importanza delle politiche di sviluppo delle culture statali e comunali.

### Box 31. Il PAICE, PACMYC e PDCM: Esempio dello stato di Sinaloa

Nel 2011, attraverso il Programma di Supporto alle Dotazioni Culturali degli Stati (PAICE), lo stato di Sinaloa ha ricevuto da CONACULTA 4.3 milioni di pesos per l'allestimento della Galleria d'arte Antonio Lopez Saenz. Lo Stato di Sinaloa ha allocato al progetto ulteriori risorse dal momento che il PAICE è un programma di co-investimento. Nello stesso anno, il PAICE ha supportato un totale di 82 progetti in 25 stati, per un ammontare complessivo di 106 099 670 milioni di pesos.

Nel 2011, il Programma di Supporto alle Culture Municipali e Comunitarie (PACMYC) di Sinaloa ha ricevuto un totale di 1 595 818 milioni di pesos, congiuntamente stanziati dal governo centrale attraverso CONACULTA e dallo Stato di Sinaloa (731 818 e 864 000 pesos rispettivamente). Lo stanziamento ha finanziato 46 progetti culturali, tra cui workshop d'artigianato, di lingue indigene e di preparazione di piatti tipici; feste tradizionali indigene e popolari; progetti museografici comunitari. Nello stesso anno, a livello nazionale CONACULTA ha allocato 41 832 514.18 milioni di pesos al PACMYC per la realizzazione di 1 164 progetti municipali.

Nel 2011, Sinaloa ha ricevuto risorse provenienti da un terzo programma: il Programma di Sviluppo Culturale Municipale (PDCM). Il PDCM è un fondo tripartito al quale contribuiscono il governo centrale, quello statale e le amministrazioni municipali, dedicato allo sviluppo culturale municipale. È gestito dall'istituzione culturale statale (Istituto di Sinaloa) in collaborazione di Consigli cittadini stabiliti in ogni municipio per questo scopo. Nel 2011, il programma ha finanziato 148 progetti culturali in 15 municipi, con un investimento totale di 4 987 500 milioni di pesos (forniti congiuntamente dal CONACULTA, lo stato e i municipi partecipanti). Il PDCM è un programma di adesione volontaria, cosa che ha permesso a 3 dei 18 municipi dello stato di non parteciparvi. Alcune tematiche dei progetti finanziati includevano la promozione delle culture indigene, lo sviluppo culturale infantile, la promozione alla lettura e la qualificazione di promotori e ricercatori culturali.

Ogni stato gestisce autonomamente le risorse allocate dalla Federazione e le integra con risorse proprie. Il quadro complessivo dei bilanci culturali dei diversi livelli di governo è piuttosto articolato: i 32 stati hanno infatti livelli di sviluppo economico differenti e patrimoni culturali molto diversificati. È quindi poco significativo indicare una media dei fondi statali allocati alla cultura, dal momento che tra stato e stato si riscontra una grande eterogeneità. Ad esempio, nel 2014, lo stato di Jalisco ha allocato lo 0.28% del budget complessivo alla voce "attività ricreative, culturali e altre manifestazioni sociali" (che include attività culturali, sportive e religiose); lo stesso anno gli stanziamenti degli stati di Oaxaca e Nuevo Leon hanno raggiunto rispettivamente lo 0.49% e l'1.38%.

**Tabella 43. Spesa allocata ad attività ricreative, culturali, altre manifestazioni sociali in 3 stati**

|                                                                | Jalisco        | Oaxaca         | Nuevo Leon     |
|----------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Spesa Totale                                                   | 83 292 098 000 | 5173 0870 669  | 68 095 631 513 |
| Spesa in cultura, attività ricreative e manifestazione sociale | 239 792 56     | 254 285 338.35 | 940 402 051    |
| % del Budget Totale                                            | 0.28%          | 0.49%          | 1.38%          |

Fonti: Elaborazione propria su dati dei Budget dello Stato di Jalisco 2014, Budget dello Stato di Nuevo Leon 2014, Budget dello Stato di Oaxaca 2014

### **Fondi speciali per la cultura**

Il Fondo Nazionale per la Cultura e le Arti (FONCA) è un meccanismo di finanziamento che sostiene economicamente gli artisti singoli e associati per la creazione, la promozione e la diffusione culturale, la formazione artistica e la ricerca in materia di arte e cultura.

Il FONCA riceve uno stanziamento annuale dal governo federale e raccoglie ulteriori risorse dal settore privato (per il momento marginali), principalmente attraverso donazioni soggette a deduzioni fiscali ai sensi della normativa generale sulle imposte sul reddito.

La tabella seguente presenta i finanziamenti del FONCA negli ultimi anni e la loro distribuzione per area tematica, da cui si evince che il supporto alla creazione artistica è l'attività predominante del FONCA rispetto alla formazione e alla promozione culturale.

**Tabella 44. Ambiti di finanziamento del FONCA**

|             | <b>TOTALE</b> | Studi all'estero | Stimoli per la creazione artistica giovanile | Produzione scenica | Programma di co-investimento | Sistema nazionale per la creazione artistica |
|-------------|---------------|------------------|----------------------------------------------|--------------------|------------------------------|----------------------------------------------|
| <b>2014</b> | 1 393         | 116              | 200                                          | 130                | 200                          | 747                                          |
| <b>2013</b> | 1 428         | 168              | 202                                          | 118                | 150                          | 790                                          |
| <b>2012</b> | 1 516         | 184              | 200                                          | 129                | 121                          | 882                                          |

Fonte: INEGI 2014

Il FONCA gestisce inoltre meccanismi finanziari a livello regionale, ai quali contribuiscono i tre livelli di governo e il settore privato attraverso lo stesso sistema di donazioni deducibili. In base alla loro destinazione sono classificati in Fondi statali, Fondi regionali, Fondi per lo sviluppo municipale e Fondi per lo sviluppo delle culture indigene.

Alcuni esperti segnalano la necessità di un cambio di paradigma nelle attività del FONCA, che integri la distribuzione di risorse per specifici programmi culturali con attività di supporto alla creazione di micro, piccole e medie imprese culturali (Cruz Vázquez, 2010).

### Box 32. Il Programma di co-investimento FONCA

Il programma di co-investimenti culturali è stato creato dal FONCA nel 1993 per diversificare le fonti di finanziamento delle attività culturali, anche attraverso il coinvolgimento della società civile. "Coinversiones Culturales" è un bando annuale attraverso il quale vengono erogate risorse economiche a progetti di individui o gruppi già beneficiari di altri contributi, economici o in natura, pubblici o privati (il finanziamento già accordato deve coprire almeno il 35% del budget del progetto o, nel caso il co-investitore sia un'Università, il 50%).

Nel 2014, il contributo massimo dal FONCA per progetto è stato di 500 000 pesos. Possono accedere al finanziamento progetti di discipline diverse, come architettura, arti visive, danza, letteratura, audiovisuale, musica, teatro, traduzione letteraria, o progetti multidisciplinari. Nel 2012, il programma ha finanziato 121, cresciuti a 150 nel 2013. Le graduatorie pubblicate non mostrano i dati di dettaglio sui sostegni erogati (né l'ammontare né i co-investitori, tra cui i soggetti pubblici e le università, coinvolti), per cui non è possibile apprezzare l'entità effettiva della partecipazione privata.

Un esempio di progetto che ha beneficiato di questo programma è la pubblicazione del libro "Visita guidata dell'architettura del XX secolo a Morelia", che nel 2013 ha ricevuto 115 000 pesos dal FONCA e un co-investimento dell'Università Michoacana di San Nicolás de Hidalgo.

Oltre alle attività che il FONCA svolge in collaborazione con finanziatori terzi, pubblici o privati, l'ordinamento messicano non prevede una normativa specifica che incentivi il mecenatismo privato o aziendale e non si registrano, al di là di sporadiche donazioni a carattere filantropico, significativi interventi privati nel finanziamento della cultura.

### Industrie culturali e creative

Il settore delle Industrie Culturali e Creative (ICC) in Messico è relativamente giovane, in rapido sviluppo e con un grande potenziale. Nel 2006, le industrie creative rappresentavano il 5% del PIL (UNCTAD, 2010) e nel 2013, secondo ProMexico, il 7%. Altre fonti, tra cui l'Organizzazione Mondiale della Proprietà Intellettuale- WIPO e La Banca Interamericana di Sviluppo - IDB, stimano che le industrie creative nel 2013 rappresentavano tra il 5 e il 7% del PIL messicano. Il valore del comparto oscilla nell'intervallo indicato a causa di alcune differenze nelle definizioni adottate, che possono includere o meno determinati settori. Il Messico, come altri paesi, non ha una definizione "ufficiale" delle ICC.

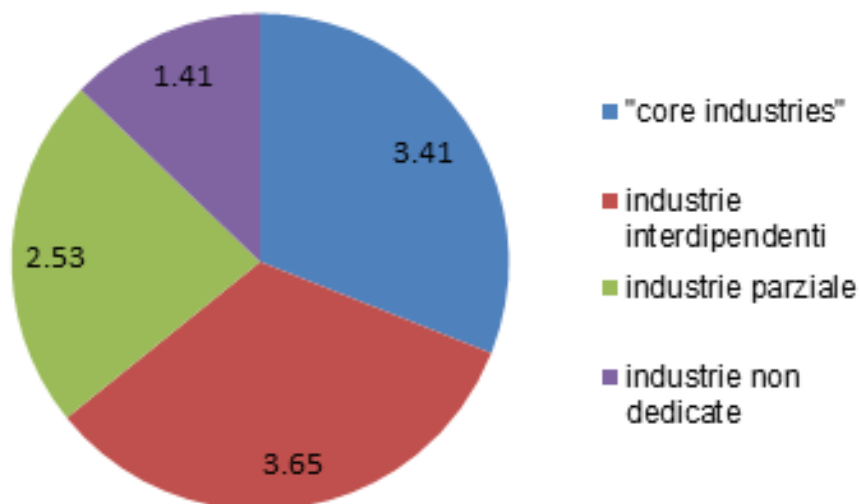
Indipendentemente dalla definizione, nel 2013 le ICC rappresentavano un volume di affari superiore ai 20 milioni di dollari, con un tasso di crescita annuale dell'8.3%, uno dei più alti dell'economia messicana (ProMexico, 2014).

Sempre secondo dati del 2013, il comparto rappresenta l'11% del totale dell'occupazione nazionale, un valore più che doppio rispetto alla media mondiale rilevata dalla WIPO (5.32%), dato che suggerisce di analizzare le condizioni lavorative. In molti casi l'occupazione creativa sarebbe infatti un'occupazione secondaria, part-time o intermittente. Va infatti considerato che il Messico, forte di una lunga tradizione manifatturiera, ospita numerose imprese creative straniere che occupano i lavoratori messicani ma detengono la proprietà intellettuale da loro prodotta. Di conseguenza, anche se la percentuale dell'occupazione creativa è molto alta, questo non è necessariamente collegato con un'alta performance per quanto riguarda la creazione di diritti di autore o proprietà intellettuale.

Del totale di occupati nelle industrie creative nel 2013 (11%), il 3.41% rientrano nelle "core industries", che la WIPO definisce come le industrie in cui la proprietà intellettuale ha un ruolo centrale (come l'industria della musica, software, cinema, ecc.) e si riferisce sia alla produzione che alla distribuzione di prodotti protetti dai diritti d'autore; il 3.65% nelle "industrie interdipendenti", ossia quelle che facilitano la creazione di prodotti protetti dalla proprietà intellettuale; il 2.53% nelle industrie che la WIPO classifica come "parziali", perché solo una parte delle loro attività è collegata alla proprietà intellettuale, mentre

l'1.41% rientra nelle industrie "non dedicate", in cui parte delle attività facilita la comunicazione, distribuzione o vendita di prodotti protetti dalla proprietà intellettuale.<sup>143</sup>

**Figura 3. Occupati nel settore creativo al 2013, per tipo di industria**



Fonte: WIPO, 2014

L'attenzione del governo messicano verso il comparto è stata formalizzata nel primo documento strategico sulle industrie creative, pubblicato nel 2010 dall'Unità di Strategia e Business (UIN) di ProMexico, l'ente per lo sviluppo del commercio e degli investimenti internazionali istituito presso il Ministero dell'Economia e dotato di budget proprio (ente parastatale), il soggetto responsabile di coordinare le strategie federali nel campo delle industrie creative.

Il sistema nazionale di statistica dell'economia culturale definisce le industrie creative e culturali (ICC) come quelle che hanno come principali input la creatività e il talento individuale e sono in grado di creare risorse economiche e occupazione mediante la generazione e l'utilizzo della proprietà intellettuale e i diritti di autore. ProMexico evidenzia il legame tra creatività, cultura e tecnologia e riconosce le ICC così caratterizzate come la quinta industria strategica, dopo le industrie aerospaziale, agricola, alimentari e automobilistica. Nessuna di queste definizioni offre una delimitazione precisa delle ICC. A fini di analisi statistica si delimita il settore in base al Sistema di Classificazione Industriale dell'America del Nord (SCIAN), utilizzato per classificare esportazioni e importazioni di beni tra il Messico, il Canada e gli Stati Uniti.

Questo sistema considera le seguenti attività, con un'ulteriore disaggregazione in sub-settori:

- Arti visive e fotografia: inclusi la pittura, la scultura e i servizi ausiliari come musei e fototeche
- Arti sceniche e spettacoli, inclusi gli eventi sportivi
- Musica e concerti, incluse le industrie legate al settore della musica come l'industria discografica, la fabbricazione di strumenti musicali e servizi correlati

<sup>143</sup> La classifica della WIPO è disponibile al seguente link:  
[http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/893/wipo\\_pub\\_893.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/893/wipo_pub_893.pdf)

- Industria editoriale e stampa, incluse librerie, biblioteche ed emeroteche
- Audiovisuale, inclusi cinema, video, televisione, radio, videogiochi e servizi correlati come videoteche, cineteche e servizi d'internet
- Artigianato e fabbricazione di giocattoli tradizionali
- Design e servizi creativi, incluso il design sonoro, di moda, di gioielli, architettonico e servizi di pubblicità
- Patrimonio materiale (come siti storici), immateriale (lingue e dialetti, gastronomia e tradizioni) e naturale (riserve naturali e giardini botanici)

Il peso delle industrie creative messicane si misura anche in termini di esportazioni, il cui volume nel 2011 è stato pari a 4 188 milioni di dollari, ponendo il paese al primo posto tra gli esportatori dell'America Latina (il volume di prodotti creativi esportati dal Messico supera le esportazioni dal resto del continente Americano e dei Caraibi). Inoltre, il Messico si trova al diciottesimo posto tra i maggiori esportatori di beni e servizi creativi a livello mondiale secondo il Creative Economy Report 2010 dell'UNESCO, e figura come l'unico paese dell'America Latina tra i top 20 di questa lista.

**Tabella 45. Esportazione di beni creativi in milioni di dollari**

|                                                                | 2008           | 2009           | 2010           | 2011           |
|----------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>Totale beni creativi - esportazioni</b>                     | <b>5166.54</b> | <b>4095.38</b> | <b>4019.86</b> | <b>4188.00</b> |
| Artigianato                                                    | 251.20         | 182.32         | 201.89         | 209.07         |
| Film                                                           | 11.53          | 13.65          | 14.76          | 13.24          |
| Design (architettura, moda, d'interni, oreficeria, giocattoli) | 2535.21        | 2198.52        | 2588.01        | 2869.09        |
| Nuovi media (video giochi e supporti registrati)               | 1857.26        | 1321.24        | 783.41         | 663.02         |
| Partiture musicali                                             | 0.16           | 0.05           | 19.65          | 0.03           |
| Pubblicazioni (libri, giornali e altri materiali stampati)     | 432.55         | 318.42         | 339.28         | 363.26         |
| Arti visive (fotografia, scultura, pittura e antichità)        | 78.63          | 61.19          | 72.85          | 70.29          |

Fonte: Elaborazione Propria su dati tratti da "The Economic Impact of the Creative Industries", OAS, IDB, British Council (2014)

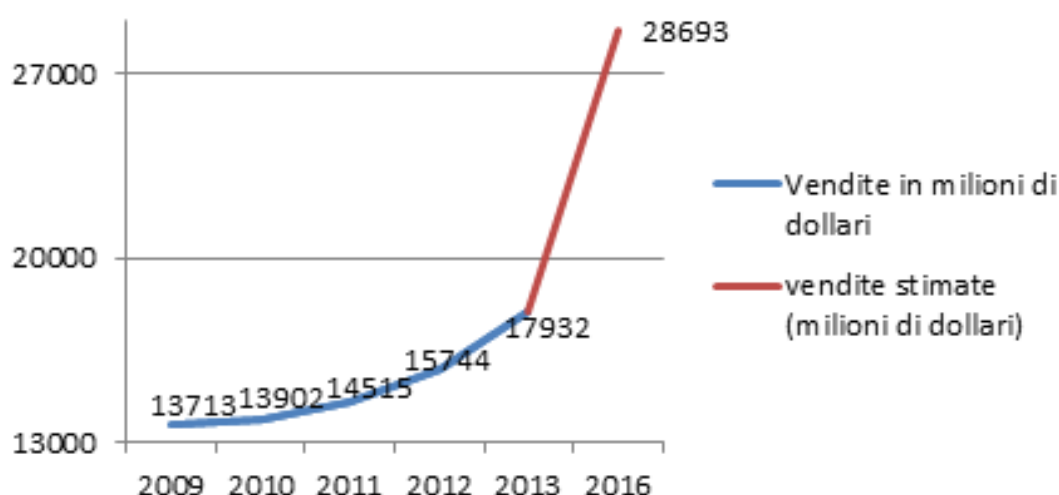
Al fine di articolare una strategia Nazionale ProMexico, nel 2010 e successivamente nel 2013, ha elaborato un percorso di sviluppo per le industrie creative (Technology Roadmapping- TRM) in collaborazione con diverse istituzioni pubbliche e private, secondo il modello disegnato dal Dipartimento di Tecnologia dell'Università di Cambridge, Massachusetts. Il TRM è una forma di analisi strategica per i settori basati sulla tecnologia e l'innovazione. L'obiettivo di questo percorso è tracciare una linea di politica industriale per le industrie creative, esplicitando le risorse disponibili, le tappe e gli ostacoli che si manifesteranno nel corso dello sviluppo. Tra le principali difficoltà, il documento rimarca che, a differenza di altre industrie, in Messico non esiste una conoscenza reale sull'apporto delle industrie culturali e creative all'economia nazionale. La *road map* 2013 di Promexico segnala che le industrie creative d'importanza strategica per il paese sono cinema, animazione, televisione, pubblicità, contenuti multimediali e sviluppo di videogiochi. Di seguito si passano in rassegna i fattori che determinano l'importanza dei principali settori.

L'industria messicana dei mezzi di comunicazione e d'intrattenimento (pubblicità, televisione e cinema) è la più grande a livello mondiale nella produzione di contenuti audiovisivi in lingua spagnola, la tredicesima a livello mondiale. Nel 2012, l'industria ha registrato vendite per 15 744 milioni di dollari da parte di 1 418

aziende, attive nella produzione e post-produzione di film, video, animazione e servizi digitali. Uno studio di Pricewaterhouse Coopers stima che nel 2016 le vendite raggiungeranno i 28693 milioni di dollari, con una crescita media annuale dell'8.9%. (PwC, 2012).<sup>144</sup> Queste stime prendono come riferimento le tendenze di consumo di questi prodotti nel sub-continente, il mercato che presenta la crescita più veloce nel consumo di mezzi di comunicazione e intrattenimento.

Il Messico produce approssimativamente 100 000 ore di contenuti televisivi all'anno, tradotti in 30 lingue per un pubblico di un miliardo di persone in cento diversi Paesi. Il Messico è riconosciuto come leader nella produzione globale di contenuti audiovisivi, primato ufficialmente riconosciuto nel 2014 a Cannes nel corso del MIPCOM- (Mercato Internazionale dei Contenuti Audiovisivi) l'appuntamento più importante per molti attori del settore audiovisivo. Le *Telenovelas* sono di particolare importanza: nel 2013, esse rappresentavano il 67% del totale delle esportazioni di contenuti televisivi messicani (EuroData, 2014). Anche il consumo interno è rilevante: il Messico rappresenta il terzo mercato più grande di prodotti televisivi in America Latina (dopo Colombia e Brasile).

**Figura 4. Il mercato dei mezzi di comunicazione e intrattenimento (televisione, pubblicità e cinema) in Messico dal 2009 al 2013**



Fonte: PricewaterhouseCoopers, Global Entertainment and media Outlook 2009- 2013

Anche l'industria dei videogiochi è d'importanza strategica per il paese, come testimonia l'esistenza di poli di competenza consolidati nel territorio e in particolare gli hub di Aguascalientes, Querétaro, Baja California e Yucatan. Promexico segnala inoltre l'esistenza di altri tre hub specializzati nell'animazione e degli effetti speciali. Esistono nel paese circa cento studi di animazione e videogiochi e circa 60 scuole che offrono formazione in questi ambiti.

Il mercato interno del videogioco mostra una crescita accelerata: tra il 2007 e il 2012 ha avuto un tasso di crescita annuale composto (CAGR) medio del 7.6 %<sup>145</sup>. Nello stesso periodo, i mercati degli Stati Uniti e del Canada sono cresciuti in media del 2.8% e del 5.5% rispettivamente. Questo è particolarmente rilevante nel conteso dell'Accordo di Libero Commercio d'America del Nord (TLCAN) tra il Messico, il Canada e gli Stati Uniti, dal momento che questi mercati sono i più importanti del continente. (gli Stati Uniti sono il primo mercato mondiale con un volume d'affari che supera i 13 000 milioni di dollari).

<sup>144</sup> Lo studio Global Entertainment and Media Outlook 2012- 2016 è disponibile al seguente link: <http://www.careercatalysts.com/pdf/PwCOutlook2012-Industry%20overview%20%283%29.pdf>

<sup>145</sup> Il mercato interno messicano conta 16 milioni di utenti di videogiochi, il terzo più grande del continente dopo gli Stati Uniti e il Canada. Secondo il Ministero di Economia, nel 2011, la spesa messicana in videogiochi è stata di 455 milioni di dollari (contro gli 85 milioni di dollari spesi in dispositivi mobili).

### Supporto pubblico alle industrie creative strategiche:

Alcuni fondi nazionali supportano economicamente lo sviluppo delle industrie basate sulla tecnologia e l'innovazione. Ad eccezione dei fondi rivolti al cinema, alle industrie dell'audiovisivo e allo sviluppo di software, non si tratta di strumenti specificamente rivolti alle industrie creative, anche se possono accedervi progetti legati allo sviluppo di videogiochi, all'animazione, al multimediale, alla pubblicità e alle produzioni televisive. Si illustrano di seguito i programmi esistenti e si indicano i possibili settori beneficiari.

**Tabella 46. Fondi dal governo federale per le industrie creative strategiche**

|              | Videogiochi                                                            | Animazione | Multimedia | Pubblicità | Cinema                                                         | Televisione |
|--------------|------------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|----------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>Fondi</b> | PROAV (programma audiovisuale)                                         |            |            |            |                                                                |             |
|              | ProMedia                                                               |            |            |            |                                                                |             |
|              | Nafin (Fondo per Imprenditori delle industrie basate sulla tecnologia) |            |            |            |                                                                |             |
|              | Pro innova (Stimolo alla ricerca e innovazione)                        |            |            |            | Efcine 226                                                     |             |
|              | Mexico First (cluster informatici)                                     |            |            |            | Foprocine (Fondo per la produzione cinematografica di qualità) |             |
|              | Prosoft (Software)                                                     |            |            |            | Fidecine (Fondo d'investimento e incentivi per il cinema)      |             |
|              | Mexico Ventures (capitale per imprenditori)                            |            |            |            |                                                                |             |
|              | FIT (Fondo Innovazione Tecnologica)                                    |            |            |            |                                                                |             |
|              | PNI (Fondo Nazionale d'infrastruttura)                                 |            |            |            |                                                                |             |

Fonte: Road map per le industrie Creative (ProMexico, 2013).

Pro innova, Mexico First, FIT, PNI e Nafin sono fondi che erogano finanziamenti alle aziende che investono nella ricerca, nella tecnologia e nell'innovazione. ProInnova, FIT, Nafin e PNI sono gestiti dal Consiglio Nazionale per la Scienza e la Tecnologia (CONACYT). PROAV è invece gestito da ProMexico e ha l'obiettivo di promuovere gli investimenti nazionali ed esteri nel cinema e nell'audiovisivo. Per incentivare gli investimenti, Promexico alloca a questi progetti una somma equivalente fino al 7.5% delle spese di produzione realizzate in Messico.

ProSoft è un fondo lanciato nel 2011 gestito dal Ministero di Economia; supporta sia lo sviluppo di nuovi progetti nei campi del software, dei servizi IT e dei media creativi digitali, sia prodotti che cercano ottenere la registrazione del marchio a livello nazionale e internazionale per proteggere la proprietà intellettuale.

Efcine 226 è un programma gestito dal Ministero delle Finanze che offre incentivi fiscali ai progetti d'investimento nella produzione e distribuzione cinematografica. Tra gli strumenti gestiti dall'Istituto Messicano della Cinematografia rientrano Fropocine (che incentiva produzione e post produzione di lungometraggi) e Fidecine (a supporto della produzione, post produzione, distribuzione di lungometraggi).

### Incubatore d'impresa e capitali d'avvio

A livello nazionale, la *Secretaria di Economia* sostiene con fondi *seed capital* i progetti imprenditoriali che hanno beneficiato dei programmi d'incubazione e si sono costituiti formalmente come imprese. Questi programmi sono rivolti alle imprese senza specifici requisiti settoriali; le aziende culturali e creative possono parteciparvi nel caso di sussistano i requisiti necessari. Si registrano strumenti specifici per le aziende culturali e creative soltanto a livello locale, come il programma di finanziamento alle imprese creative del Distretto Federale, creato dal Fondo per lo Sviluppo Sociale di Città del Messico (FONDESO).

FONDESO è un'istituzione creata dal governo del Distretto Federale nel 2002 con lo scopo di fornire accesso al finanziamento (prestiti agevolati, microcredito) e competenze imprenditoriali agli imprenditori della capitale. Il programma di finanziamento alle micro, piccole e medie imprese creative è rivolto alle aziende legalmente costituite che svolgano attività basate sulla creatività, le arti, o l'innovazione e

domiciliate nel Distretto Federale. Il Programma di Finanziamento per le imprese creative fornisce un ammontare tra i 5000 e i 200000 pesos per azienda a tassi d'interesse tra il 12% e il 16%.

FONDESO dispone inoltre di un incubatore per imprese creative costituito nel 2010, il primo specificamente rivolto alle imprese culturali e creative. Il programma è dedicato a progetti aziendali basati sulla creatività tecnologica (ad esempio design e sviluppo di applicazioni), attività artistico-culturali (biblioteche, teatri, ecc.) o progetti di sviluppo sociale, ricerca e cooperazione. Fornisce attività di formazione in diversi ambiti, tra cui lo sviluppo di piani aziendali economici e finanziari; formazione in materia amministrativa, contabile, legale, di marketing e pubblicità, tecnologica e dell'informazione. Al termine del processo d'incubazione, le aziende che hanno elaborato un *Business plan* possono richiedere un finanziamento esterno al programma, oppure partecipare agli schemi di finanziamento proposti dal FONDESO. Dalla sua creazione, sono state incubate 43 imprese sui 118 progetti pre- incubati.

Un progetto pilota per un ulteriore incubatore culturale statale è stato lanciato nel 2014 dall'istituzione dello stato di Oaxaca (*Oaxaca creativa: laboratorio de incubación de emprendimientos culturales*). Questo incubatore è rivolto ad aziende costituite legalmente e attive nel campo delle attività artistiche, culturali e creative di Oaxaca. Nella prima edizione di questo progetto sono stati incubati 25 progetti imprenditoriali nei seguenti ambiti: ecologia, artigianato, teatro, e promozione di lingue indigene. Questo incubatore prevede la partecipazione non solo di imprenditori culturali ma anche di funzionari pubblici municipali e statali delle aree della cultura, del turismo e dello sviluppo economico. I funzionari partecipano alla creazione di strategie pubbliche a beneficio dell'imprenditorialità culturale e creativa.

### **Cluster Creativi**

I più importanti cluster creativi in Messico si sono sviluppati principalmente nelle grandi città, come conseguenza diretta della concentrazione geografica di produzione, distribuzione, consumo culturale e offerta di formazione.

Sono due i principali distretti creativi messicani, uno a Città del Messico e uno a Guadalajara, la seconda area metropolitana del paese per ampiezza e il terzo centro industriale del paese. Il "cluster della telenovela" di Città del Messico, la cui importanza a livello nazionale e internazionale è già stata ampiamente riconosciuta da diversi studi sulle città creative (OECD, UN Creative Economy report), è parte di un più ampio cluster dell'industria della telecomunicazione. A Città del Messico esistono (dati 2013) 66 unità economiche dedicate ad attività radio - televisive, 366 unità economiche collegate a servizi di telecomunicazione e 359 unità che svolgono attività legate all'industria del suono, del video e dei film.

A città del Messico si trova inoltre uno dei consorzi di telecomunicazione ispanofoni più importanti: l'azienda Televisa, che produce servizi televisivi per l'esportazione mondiale. A dicembre del 2009, il consorzio esportava 65 449 ore di programmi televisivi a 57 paesi (Reuters, 2009). Tra i prodotti televisivi offerti, sono di particolare importanza le *telenovelas* trasmesse sui canali televisivi nazionali e internazionali, doppiate o sottotitolate in diverse lingue e consumate da un miliardo di persone in tutto il mondo. Anche Televisión Azteca, la seconda società produttrice di *telenovelas* per dimensioni, si trova a Città del Messico.

Il settore, precedentemente monopolizzato da Televisa, ha visto recentemente una moltiplicazione delle aziende concorrenti, tra cui numerosi produttori indipendenti. In questo contesto si è sviluppata una forte industria della produzione, distribuzione e post-produzione televisiva, che ha ulteriormente rafforzato il "cluster delle *telenovelas*". Sul genere della *telenovela* si sono inoltre sviluppate un'industria editoriale, un forte settore della pubblicità, un'ampia rete di centri di formazione per i professionisti dell'audiovisivo e della recitazione. Tra questi spiccano i centri di formazioni fondati dalle società televisive, come il Centro di Educazione Artistica fondato da Televisa per formare gli attori e tecnici.

Tabella 47. Caratteristiche de l'Industria di telecomunicazione della Città del Messico

| Attività economica                                                             | Unità economiche | Numero impiegati |
|--------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------|
| <b>Attività di telecomunicazione</b>                                           | 767              | <b>52 426</b>    |
| Micro imprese                                                                  | 666              |                  |
| Piccole imprese                                                                | 62               |                  |
| Medie imprese                                                                  | 22               |                  |
| Grande imprese                                                                 | 17               |                  |
| <b>Attività di radio e televisione</b>                                         | 73               | <b>10 375</b>    |
| Micro imprese                                                                  | 32               |                  |
| Piccole imprese                                                                | 22               |                  |
| Medie imprese                                                                  | 8                |                  |
| Grande imprese                                                                 | 11               |                  |
| <b>Attività relative alle industrie del suono, film e video</b>                | 352              | <b>13 199</b>    |
| Micro imprese                                                                  | 201              |                  |
| Piccole imprese                                                                | 102              |                  |
| Medie imprese                                                                  | 44               |                  |
| Grande imprese                                                                 | 5                |                  |
| <b>Totale 'unità economiche relative all'industria delle telecomunicazioni</b> | <b>1 192</b>     | <b>76 000</b>    |

Fonte: Elaborazione propria su dati di INEGI. Sondaggio Economico 2014

Nella città di Guadalajara (il capoluogo dello stato di Jalisco) si è sviluppato un'importante ecosistema industriale di servizi elettronici e tecnologici, sviluppatosi con l'insediamento di aziende elettroniche negli anni '60 e stimolato dalle politiche governative negli ultimi trent'anni. Operano sul territorio più di 600 aziende dei servizi elettronici e tecnologici, che contribuiscono ad oltre il 50% delle esportazioni dello Stato di Jalisco. L'industria elettronica si è evoluta nell'industria del software e dei servizi specializzati, rendendo la città un *tech cluster* per l'industria creativa digitale (noto come "Silicon Valley Messicana"). ProMexico ha riconosciuto la regione come *hub* per l'animazione, gli effetti speciali, i contenuti digitali e i videogiochi. La città possiede inoltre 2 parchi tecnologici dedicati all'ICT, 13 università e 37 istituti tecnici con un'offerta formativa specifica per il settore digitale.

### Box 33. Progetto per la creazione di una “Smart City” a Guadalajara

Il progetto Città Creativa Digitale mira a sviluppare ulteriormente l'industria dei media digitali, nella regione e a livello nazionale, attraverso la costituzione di un polo creativo che metterà in prossimità fisica le industrie di contenuto (principalmente cinema e pubblicità) con le attività di sviluppo di software, di videogiochi e di animazione digitale nella Città di Guadalajara. Il progetto punta anche alla rivitalizzazione del centro storico della città attraverso il posizionamento del distretto in un'area di 50 ettari nel centro cittadino.

CCD è nata come iniziativa del governo federale per stimolare e potenziare la crescente industria mediatica e dei contenuti, espressione del riconoscimento politico del potenziale delle tecnologie digitali nello sviluppo del settore creativo. Il progetto, realizzato in collaborazione col Massachusetts Institute of Technology (MIT), è stato lanciato attraverso un concorso con il quale la città di Guadalajara è stata selezionata tra altre città candidate secondo diversi criteri. Tra questi, la sua posizione geografica (al centro del paese) è stata ritenuta strategica, così come sono state considerate le condizioni ambientali. A Guadalajara infatti esistono già un grande ecosistema industriale di beni e servizi tecnologici e digitali e un significativo pool di talenti, alimentato dalla presenza di numerosi centri di formazione e università. Tra gli altri asset culturali e artistici che possono essere valorizzati attraverso questo progetto spiccano il Festival del Cinema e la Fiera Internazionale del Libro (la più grande in America Latina), oltre ad un ricco patrimonio architettonico coloniale e neo-classico.

Secondo gli studi d'impatto di CCD, questo *hub* digitale sarà in grado di sviluppare occupazione per circa 20 000 operatori diretti e 9 000 indiretti. Il progetto prevede un finanziamento pubblico centrale, statale e privato, ma il budget definitivo non è stato ancora presentato. A febbraio 2015 il governo Federale ha annunciato lo stanziamento di 350 milioni di pesos per il progetto per il 2015. I soggetti coinvolti sono il Ministero di Economia, l'agenzia ProMexico, il governo dello Stato di Jalisco e la città di Guadalajara.

#### Tappe chiave del progetto Ciudad Creativa Digital:

- **2010** Periodo d'incubazione e definizione.
- **2011** Selezione di Guadalajara come sede.
- **2012** Definizione delle linee strategiche (in collaborazione col MIT), creazione dell'associazione "Guadalajara Ciudad Creativa Digital" (con la partecipazione del governo statale e municipale, di ProMexico, della camera di commercio dell'industria elettronica, delle telecomunicazioni e delle tecnologie dell'informazione - CANIETI, ecc.), elaborazione del piano finanziario, creazione del Fondo Guadalajara Ciudad Creativa Digital, presentazione del progetto negli Stati Uniti e Canada, elaborazione dei piani di sviluppo urbano sostenibile ed elaborazione dei piani per l'infrastruttura di telecomunicazioni e di trasporto.
- **2013** Definizione del piano di lavoro 2013-2015.
- **2014** - Inizio degli interventi urbani, firma delle convenzioni con le aziende partecipanti.

### Governance e organizzazione turistica

La formulazione e l'implementazione delle politiche turistiche sono responsabilità del Ministero di Turismo (SECTUR), che ha elaborato l'attuale strategia nazionale del settore, il Programma Settoriale del Turismo 2013- 2018<sup>146</sup>. SECTUR collabora con le altre istituzioni di settore e ne coordina, a seconda delle necessità, gli interventi, anche in collaborazione con altri ministeri: principalmente il Ministero dell'Economia (sul tema degli investimenti esteri) e il Ministero per l'Ambiente e le Risorse Naturali (SEMARNAT).

Gli altri attori coinvolti nella gestione turistica sono gli enti parastatali FONATUR (Fondo Nazionale di Supporto al Turismo) e Consiglio di Promozione Turistica del Messico (CPTM). Il FONATUR è un fondo incaricato di contribuire allo sviluppo e alla promozione delle destinazioni turistiche e di attirare gli investimenti. Gestisce inoltre un programma di assistenza tecnica per gli stati e i municipi con l'obiettivo di condividere esperienze in ambito di pianificazione turistica. Il CPTM è un'azienda a partecipazione pubblica incaricata della promozione turistica a livello nazionale e internazionale. Il Consiglio è composto da rappresentanti dei governi federale, statali e municipali e dal settore privato<sup>147</sup>. La collaborazione tra il

<sup>146</sup> Disponibile su: [http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/01/programa\\_turismo.pdf](http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/01/programa_turismo.pdf)

<sup>147</sup> La principale fonte di finanziamento del Consiglio è un'imposta di soggiorno del 2% sui servizi di alloggio dei turisti stranieri.

governo federale e i governi è definita attraverso accordi gestiti dalla Commissione Esecutiva del Turismo (CET), presieduta da SECTUR e composta di funzionari pubblici e rappresentanti del settore privato. Tali accordi stabiliscono le risorse federali per i progetti turistici regionali. La CET è inoltre responsabile della risoluzione di controversie di natura turistica che coinvolgano due o più istituzioni pubbliche o diversi stati.

Ogni stato dispone inoltre di una propria Direzione per il Turismo (Segreteria di Turismo) e gestisce le competenze in materia secondo modelli organizzativi propri, che possono prevedere strutture *ad hoc* oppure una gestione integrata nell'ambito dello sviluppo industriale o economico. A livello municipale, alcuni comuni sono dotati di un ufficio di coordinamento del turismo. (si rimanda *alla tabella 15 per una rappresentazione grafica del settore*).

### ***L'economia Turistica***

Il turismo è uno dei pilastri dell'economia messicana e un volano importante per lo sviluppo del Paese. Nel 2012 ha rappresentato il 5.8% del PIL ed è la terza fonte di valuta straniera nel paese, dopo il petrolio e le rimesse dei migranti. Nello stesso anno l'economia turistica ha occupato direttamente circa 2 milioni di lavoratori (il 6%), coinvolgendo più di 43 mila aziende, di cui l'80% sono piccole e medie imprese. Una particolarità del settore è, secondo il Sondaggio Nazionale sull'occupazione, la prevalenza dell'occupazione femminile: il 59.94% a livello nazionale.

Con 23.7 milioni di visitatori stranieri nel 2013 (+1.4% rispetto al 2011) e 13 819 milioni di dollari derivanti dal turismo internazionale (+16.4 % rispetto al 2011), il Messico si colloca al quattordicesimo posto tra le destinazioni internazionali secondo l'organizzazione Mondiale del Turismo. Negli ultimi anni, il numero di visitatori internazionali è cresciuto moderatamente, come è accaduto per la spesa.

**Tabella 48. Cifre dell'economia turistica**

|                                                       | 2010   | 2011   | 2012   | 2013   |
|-------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|
| Visitatori internazionali (milioni)                   | 23.289 | 23.403 | 23.402 | 23.734 |
| Spesa del turismo internazionale (milioni di dollari) | 11.991 | 11.868 | 12.739 | 13.819 |
| Partecipazione del turismo al PIL                     | 5.9%   | 5.8%   | 5.8%   | N.D    |

Fonte: Compendio Estadístico del Sector Turismo de México, DATATUR, Sector (2013)

### ***Il turismo culturale***

Come menzionato in precedenza, il turismo e la cultura sono competenza di due autorità diverse: il Ministero di Turismo (SECTUR) e CONACULTA. CONACULTA è tuttavia dotata un'unità amministrativa, il Coordinamento Nazionale per il Patrimonio Culturale e il Turismo, responsabile di collegare i progetti di promozione e valorizzazione del patrimonio culturale ad attività turistiche. L'ampio riconoscimento della necessità di un migliore coordinamento tra le politiche è testimoniato dalle raccomandazioni della strategia nazionale per la cultura 2014- 2018.

L'attenzione allo sviluppo del turismo culturale da parte dal governo è stata formalizzata nel programma Nazionale di Turismo 2001-2006. In questo documento, il Ministero del Turismo riconosce l'interdipendenza dei due settori e la necessità di creare strategie congiunte. Il Ministero definisce il turismo culturale come l'insieme de "i viaggi turistici motivati da un desiderio di conoscere, comprendere e godere delle caratteristiche e degli elementi distintivi, spirituali, materiali, intellettuali e affettivi di un gruppo sociale in una determinata destinazione" (SECTUR, 2002). Il Ministero differenzia i seguenti tipi di turismo culturale: turismo archeologico, turismo urbano, turismo spirituale, turismo idiomatologico (motivato dall'apprendimento delle lingue locali) e turismo gastronomico.

Nel 2002, il Ministero ha realizzato il primo studio strategico sul turismo culturale, in base al quale sono state identificate 811 località con un potenziale turistico riconducibile alla presenza di patrimonio culturale

tangibile o intangibile, attività d'interesse culturale e infrastrutture e servizi turistici. Secondo lo stesso studio, il consumo culturale rappresenterebbe il 20% delle spese turistiche (nazionale e internazionali) nel paese e, tra i visitatori internazionali, il 12.3% sarebbero turisti culturali potenziali, con picchi superiori al 20% nel caso di turisti europei, tra cui la Francia o l'Italia.

In linea con i risultati dello studio, le strategie nazionali degli ultimi anni mirano a diversificare l'offerta turistica attraverso il turismo culturale: la concentrazione dell'offerta sulle destinazioni balneari e la netta prevalenza di una quota di mercato proveniente dagli Stati Uniti sono considerate indice di vulnerabilità del settore: nel 2012, il 65% dei turisti stranieri hanno privilegiato località marittime. Nello stesso anno, il 55% dei visitatori esteri proveniva dagli Stati Uniti.

Per migliorare l'offerta del turismo culturale, SECTUR ha avviato diverse iniziative, in particolare delle "rotte" o percorsi tematici, raggruppate in tre principali categorie considerati "prodotti turistici" strategici:

- *percorsi storico- archeologici* nei principali i siti precolombiani orientali, centrali e sud orientali. Un esempio è il programma "Mondo Maya", un percorso che si snoda attorno alle rovine della civilizzazione Maya rinvenute in sei aree, che comprende siti archeologici, naturali ed eco- parchi.
- *percorsi artistico- coloniali* sulle tracce dalla ricchezza architettonica e artistica delle città coloniali fondate durante la Conquista Spagnola. Un esempio di prodotto di questa categoria è il progetto "Tesori coloniali", che attraversa sette stati nel centro del paese.
- *percorsi etnico – gastronomici* che ruotano attorno alla scoperta delle diverse espressioni della cultura messicana attuale, come la gastronomia regionale, le lingue locali, le festività religiose, l'artigianato popolare e altre espressioni del folklore meticcio e indigeno delle popolazioni rurali. Ne sono esempi le "rute" gastronomiche come la ruta del cacao, la ruta della maguey o della tequila.

Nel 2013 esistevano 186 percorsi di turismo culturale nel paese. Mentre i rapporti periodici del Ministero del Turismo evidenziano l'avvio di programmi per promuovere il turismo culturale, è difficile valutarne i risultati, dal momento che non sono stati sviluppati indicatori appropriati. Esistono dati statistici generali sui diversi indicatori dell'attività turistica nazionale, aggiornati regolarmente: dati sull'industria alberghiera, sulla percentuale di crescita dei viaggiatori nazionali e internazionali, sulle variazioni nella domanda dei servizi di ristorazione o di trasporto, ecc. Tuttavia, queste informazioni non permettono di determinare l'efficacia dei programmi di turismo culturale rispetto alla qualità delle infrastrutture turistiche, allo stato di conservazione del patrimonio, né di misurare il vantaggio economico per le località incluse in questi programmi (Valdez, 2013).

Un tentativo di misurare il turismo culturale da parte di SECTUR in collaborazione con l'INAH è stato effettuato attraverso la predisposizione di un compendio che registra il numero di visitatori annuali, nazionali e stranieri, di musei, monumenti storici e zone archeologiche per stato. Questo compendio prende in considerazione soltanto le visite al patrimonio gestito dall'INAH. Non si evidenzia nessun dato qualitativo sul patrimonio visitato (stato di conservazione, qualità della gestione, qualità dei servizi proposti, livello di soddisfazione dei turisti).

I risultati di queste indagini dimostrano marcate differenze nella fruizione turistica del patrimonio culturale, con un pubblico che tende a concentrarsi in poche destinazioni. Nel 2014, l'INAH ha registrato un totale di 12 661 695 visitatori in 170 siti archeologici aperti al pubblico. Di questi, il 53.3% ha visitato i quattro siti archeologici più importanti del paese: Teotihuacan nella città del Messico, Chichen Itzá nel Yucatan, Tulum nello stato di Quintana Roo e Palenque nello stato di Chiapas. Del totale dei visitatori ai siti archeologici, l'80.5% si è concentrato nei 20 siti più importanti.

Tabella 49. Distribuzione dei visitatori ai siti archeologici nel 2014

|                                                                                                                                                                                                                         | N. di Visitatori  | %             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------|
| <b>170 Siti archeologici aperti al pubblico</b>                                                                                                                                                                         | <b>12 661 695</b> | <b>100 %</b>  |
| I quattro siti più visitati:                                                                                                                                                                                            | <b>6 750 767</b>  | <b>53.31%</b> |
| • Teotihuacan                                                                                                                                                                                                           | 2 487 040         |               |
| • Chichen Itzá                                                                                                                                                                                                          | 2 111 875         |               |
| • Tulum                                                                                                                                                                                                                 | 1 391 542         |               |
| • Palenque                                                                                                                                                                                                              | 760 310           |               |
| Gli altri sedici siti più visitati (Xochicalco, El Tajin, Monte Albán, Coba, Uxmal, Cholula, Tula, El Tepozteco, Z.A. Cacaxtla, Cerro de la Estrella, Mitla, Cuicuilco, Malinalco, San Gervasio, Cempoala, Xochitecatl) | 3 451 219         | 27.25%        |
| Altri siti                                                                                                                                                                                                              | <b>2 459 709</b>  | <b>19.42%</b> |

Fonte: Elaborazione propria su dati dell'Istituto Nazionale d'Antropologia e Storia (INAH), 2014

Anche nel caso dei musei il pubblico tende a concentrarsi in pochi siti, a loro volta concentrati geograficamente. L'insieme dei 115 musei gestiti dall'INAH ha accolto nel 2014 un totale di 8 928 187 visitatori. Di questi, il 55.6% ha visitato i 5 musei più importanti dal paese: il Museo Nazionale di Antropologia, il Museo Nazionale di Storia, il Museo del Tempio Maggiore, il Museo Nazionale del Vicereame e il Museo Regionale di Guanajuato, tutti tranne l'ultimo localizzati a Città del Messico. I 20 musei più visitati (compresi i cinque appena menzionati), hanno raccolto il 73.32% dei visitatori, e anche in questo caso un numero rilevante (8) si trovano a città del Messico. Il resto dei musei (95), hanno registrato complessivamente 2 374 874 visitatori, cifra analoga al numero di visitatori annuali del Museo Nazionale di Antropologia (2 379 747).

Tabella 50. Distribuzione dei visitatori ai musei dell'INAH nel 2014

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | N. Visitatori    | %              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------|
| <b>115 musei</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>8 928 187</b> | <b>100 %</b>   |
| <b>5 musei più visitati:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>4 970 928</b> | <b>55.67 %</b> |
| <i>Museo Nazionale di Antropologia</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 2 379 747        |                |
| <i>Museo Nazionale di Storia</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 1 479 382        |                |
| <i>Museo del Tempio Maggiore</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 646 367          |                |
| <i>Museo Regionale di Guanajuato</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 216 045          |                |
| <i>Museo Nazionale del Vicereame</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 249 387          |                |
| <b>Altri 15 musei più visitati:</b> Musei regionali: di Cuauhnahuac, di Guadalajara, di Querétaro, di Guadalupe, de Yucatán, de la Laguna, de Puebla. Museo Nazionale delle Culture, Museo Nazionali degli interventi, Museo Coloniale di Acolman, Museo Storico del No- Intervento, Museo Casa Hidalgo, Museo delle Culture del Nord. Museo el Carmen, Museo delle Culture di Oaxaca. | <b>1 582 385</b> | <b>17.72%</b>  |
| <b>Resto dei Musei (95)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>2 374 874</b> | <b>26.59%</b>  |

Fonte: elaborazione propria su dati dell'Istituto Nazionale d'Antropologia e Storia (INAH), 2014

### Box 34. Il caso del Michoacán: esempio di diversificazione dell'offerta turistica attraverso la cultura

Nello stato di Michoacán il turismo rappresenta l'8.5% del PIL (percentuale molto più elevata della media nazionale) e genera più di 160 mila occupati diretti. Per diversificare l'offerta turistica, il governo del Michoacán ha promosso, dal 2000, la fruizione del patrimonio materiale e immateriale, tra cui siti archeologici, palazzi d'architettura coloniale, cattedrali e parchi naturali, festività locali, usanze tradizionali e gastronomia.

Per rinforzare l'offerta turistico-culturale è stato avviato un programma di sviluppo che comprende, tra altre azioni, il miglioramento dell'infrastruttura urbana e stradale, il restauro e la valorizzazione del patrimonio culturale, l'incremento delle strutture ricettive e dei servizi di ristorazione, la formazione delle figure professionali come guide turistiche, albergatori e ristoratori, l'installazione di discariche e l'aumento dei servizi di pulizia.

Lo sviluppo del turismo culturale della regione è stato realizzato attraverso un'azione congiunta fra il governo, il settore privato e la società civile. Un esempio interessante è il programma "adotta un'opera di arte", intrapreso da un'associazione locale, attraverso il quale sono stati restaurati numerosi siti e monumenti come la cappella di Tutàparo e gli affreschi dei templi della Meseta Pur'èpecha. Attraverso l'iniziativa "paesi magici" (*pueblos mágicos*) sono stati restaurati i centri storici dei tre paesi del Michoacán in possesso di questo marchio; qui il settore privato ha investito nel rinnovamento degli edifici storici, destinandoli a nuovi utilizzi come alberghi, negozi e ristoranti.

Una terza iniziativa è il programma "Club de qualità", lanciato dal governo statale per migliorare la qualità dei servizi alberghieri e di ristorazione delle piccole e medie imprese familiari. Con la partecipazione dei proprietari di alberghi e di ristoranti è stato realizzato un sistema di gestione della qualità e il marchio turistico "*Tesoros de Michoacán*", un marchio di garanzia per i locali meritevoli. Per mantenere gli standard qualitativi, i locali del Club sono sottoposti annualmente a controlli sui prodotti, i servizi e la gestione.

Il numero di turisti nazionali e internazionali nella regione è aumentato considerabilmente negli ultimi anni: da 3.4 milioni nel 2002 a più di 7 milioni nel 2011. Di questi, il 32% ha intrapreso il viaggio con motivazioni culturali: il Michoacán è uno degli stati Messicani più avanzati in materia di turismo culturale (OECD, 2009).

Tabella 51. Articolazione del settore culturale, turistico e delle industrie creative

|                                               |                               | Settore                                                                         |                                                                           |                                                                   |
|-----------------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| Tipo di amministrazione pubblica              |                               | Cultura                                                                         | Industrie Creative                                                        | Turismo                                                           |
| Livello Nazionale<br>(governo centrale)       | <b>Ministeri</b>              | Ministero de la<br>Pública Istruzione<br>(SEP)                                  | Ministero<br>dell'Economia (SE)                                           | Ministero del Turismo<br>(SECTUR)                                 |
|                                               | <b>Enti parastatali:</b>      |                                                                                 |                                                                           |                                                                   |
|                                               | <i>Di coordinamento</i>       | Consiglio Nazionale per<br>la Cultura e le Arti<br>(CONACULTA)                  | PROMEXICO<br>(responsabile del<br>commercio e gli<br>investimenti esteri) |                                                                   |
|                                               | <i>Fondi</i>                  | Fondo Nazionale per la<br>Cultura e le Arti<br>(FONCA)                          | Fondo PROMEXICO<br>Fondo Prosoft<br>Fondo PROAV                           | Fondo Nazionale per<br>il turismo<br>FONATUR                      |
|                                               | <i>Altri enti parastatali</i> | INAH, INBA + 9 enti<br>parastatali con<br>competenze culturali                  |                                                                           | Commissione<br>Esecutiva del<br>Turismo (CET)                     |
| Livello Statale<br>(32 stati)                 |                               |                                                                                 |                                                                           | Consiglio di<br>Promozione Turistica<br>del Messico (CPTM)<br>+ 2 |
|                                               | <b>Governi Statali</b>        | 32 Istituzioni Statale di<br>Cultura, 1 per ogni<br>stato                       | 8 uffici<br>coordinamento<br>regionale<br>51 delegazioni statali.         | 1 Segretaria di<br>Turismo per ogni<br>stato                      |
| <b>Livello municipale<br/>(2440 municipi)</b> | <b>Governi municipali</b>     | In 1000 municipi<br>esistono delle Case<br>della Cultura o centri<br>culturali. | Non esistono a livello<br>municipale                                      | Alcuni comuni hanno<br>una Direzione per il<br>Turismo.           |

Fonte: elaborazione propria su dati raccolti da fonti ufficiali

**Riferimenti bibliografici:**

- Antoine, Cristian. (2010) Mapa del mecenazgo cultural en América Latina. Revista de Humanidades n.21  
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con3\\_uibd.nsf/31C6D1F84A36524805257914006170F0/\\$FILE/07antoine.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con3_uibd.nsf/31C6D1F84A36524805257914006170F0/$FILE/07antoine.pdf)
- Carrillo, Laura y Menanteau, Loic. (2012) Gestión integrada del patrimonio natural y cultural en áreas marinas protegidas (AMP) de México: estudio de casos en el Golfo de México y el Mar Caribe. I Congreso Iberoamericano de Gestión Integrada de Áreas Litorales, pp.1626-1637.
- Centro Mexicano para la Filantropía (2014). Fundaciones empresariales en México: un estudio exploratorio
- CONACULTA. Atlas de Infraestructura y patrimonio cultural (2010)  
<http://sic.gob.mx/atlas2010/atlas2010.pdf>
- CONACULTA-FONCA (2013) Reglas de operación del Fonca. "[http://fonca.conaculta.gob.mx/wp-content/uploads/2013/05/reglas\\_operacion\\_2013.pdf](http://fonca.conaculta.gob.mx/wp-content/uploads/2013/05/reglas_operacion_2013.pdf)"
- CONACULTA (2011). Acuerdo bases de operación del PACMYC en el Estado de Sinaloa  
[http://ped.sinaloa.gob.mx/Documentos/ISC/CONACULTA-ISIC%20\(ACUERDO%20APORTACIONES%20PACMYC\).pdf](http://ped.sinaloa.gob.mx/Documentos/ISC/CONACULTA-ISIC%20(ACUERDO%20APORTACIONES%20PACMYC).pdf)
- CONACULTA. Padrón de Beneficiarios PAICE 2011  
[http://vinculacion.conaculta.gob.mx/vv/paice\\_padron/paice\\_padron11.html](http://vinculacion.conaculta.gob.mx/vv/paice_padron/paice_padron11.html)
- CONACULTA. Padrón de Beneficiarios PACMYC 2011.  
[http://www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx/cp/pdf/2014/Padron\\_Beneficiarios\\_2011\\_PACMYC.pdf](http://www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx/cp/pdf/2014/Padron_Beneficiarios_2011_PACMYC.pdf)
- CONACULTA (2007). Programa Nacional de Cultura 2007-2012.  
[http://www.conaculta.gob.mx/recursos/acerca\\_de/pnc2007\\_20121.pdf](http://www.conaculta.gob.mx/recursos/acerca_de/pnc2007_20121.pdf)
- CONACULTA (2004) Encuesta Nacional de prácticas y consumo culturales.
- CONARTE. Estímulo Fiscal a la Creación Artística. <http://www.conarte.org.mx/convocatorias-vigentes/estimulo-fiscal-a-la-creacion-artistica/>
- Cruz Vázquez, Eduardo (2010). Economía cultural para emprendedores: perspectivas. Universidad Autónoma de Nuevo León y Universidad Autónoma Metropolitana.  
<http://economiacultural.xoc.uam.mx/images/libro/libroeconomiacultural.pdf>
- Creative Economy Report 2013. Widening local development pathways. UN.  
<http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>
- DATATUR (2013) Compendio Estadístico del Sector Turismo de México, Sector.  
<http://www.datatur.sectur.gob.mx/>
- Dávila Gómez, David F (2010) Las formas de organización de los emprendedores culturales. En: Economía cultural para emprendedores: perspectivas, *op. cit.* Pp.125-144.
- Diario Oficial de la Federación (2014). Programa Especial para la Cultura y las Artes 2014-2018  
[http://www.conaculta.gob.mx/PDF/PECA\\_DOF\\_2014-2018.pdf](http://www.conaculta.gob.mx/PDF/PECA_DOF_2014-2018.pdf)

Diario Oficial de la Federación. Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas. 1972

[http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/mexico/mexique\\_ley\\_federal%20\\_monumentos\\_1972\\_esp\\_orof.pdf](http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/mexico/mexique_ley_federal%20_monumentos_1972_esp_orof.pdf)

Dirección General de Servicios de Documentación, Información y Análisis (2012) El Presupuesto Público Federal para La Función Recreación, Cultura y Otras manifestaciones Sociales 2011-2012,

<http://biblioteca.diputados.gob.mx/janium/bv/sia/sae/SAE-ISS-13-12.pdf>

Dirección General de Servicios de Documentación, Información y Análisis (2014) El Presupuesto Público Federal para La Función Recreación, Cultura y Otras manifestaciones Sociales 2013-2014,

<http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/se/SAE-ISS-06-14.pdf>

Dirección General de Servicios de Documentación, Información y Análisis (2014) El Presupuesto Público Federal para La Función Recreación, Cultura y Otras manifestaciones Sociales 2014-2015,

<http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/se/SAE-ISS-27-14.pdf>

Ejea, Mendoza Tomás (2009) La liberalización de la política cultural en México: el caso del fomento a la creación artística. Revista Sociológica número 71, pp. 17-46

<http://www.revistasociologica.com.mx/pdf/7103.pdf>

El Informador (2014) La UdeG se consolida como la principal promotora cultural.

<http://www.informador.com.mx/cultura/2014/528848/6/la-udeg-se-consolida-como-la-principal-promotora-cultural.htm>

FONCA (2014). Programa de fomento a proyectos y Coinversiones culturales. Bases generales de participación. [http://www.uv.mx/artes/files/2014/04/presentacion\\_\\_informacion.pdf](http://www.uv.mx/artes/files/2014/04/presentacion__informacion.pdf)

Garduño, Ana (2013). Biografía de una institución cultural: el INBA de México. Red museal y praxis coleccionística. Revista Grafía Vol. 10, N° 1 - enero-junio 2013

[http://www.fuac.edu.co/recursos\\_web/descargas/grafia/grafia10/01.pdf](http://www.fuac.edu.co/recursos_web/descargas/grafia/grafia10/01.pdf)

Gobierno de la República Mexicana. Estrategia Digital Nacional (2013).

<http://cdn.mexicodigital.gob.mx/EstrategiaDigital.pdf>

Gobierno de Oaxaca (2014) Oaxaca Creativa: laboratorio de incubación de emprendimientos

culturales <http://www.culturasyartes.oaxaca.gob.mx/sites/www.culturasyartes.oaxaca.gob.mx/files/OAXACA%20CREATIVA.pdf>

González de la Mota, Angélica Berenice (2007). La Gestión del Patrimonio Arqueológico en México.

Fundación Bosch Gimpera – Universitat de Barcelona

<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/arqueoweb/pdf/8-2/berenice.pdf>

IMF Working Paper (2008) Local Service Provision in Selected OECD Countries: Do Operations Work Better? Prepared by Ehtisham Ahmad, Giorgio Brosio, and Vito Tanzi

<http://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2008/wp0867.pdf>

Instituto Nacional de Antropología e Historia (2013). Informe de Labores INAH.

[http://www.inah.gob.mx/images/stories/Transparencia/2014/inf\\_labores\\_2013\\_rendicion\\_cuentas.pdf](http://www.inah.gob.mx/images/stories/Transparencia/2014/inf_labores_2013_rendicion_cuentas.pdf)

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México 2012 .

<http://www.conaculta.gob.mx/PDF/inegi/ENCCUM2012.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014) Anuario estadístico y geográfico de los Estados Unidos Mexicanos

[http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva\\_estruc/aegeum/702825063979.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/aegeum/702825063979.pdf)

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2012). Cuenta satélite de la cultura en México 2008-2011. <http://www.conaculta.gob.mx/PDF/inegi/CSCMMONOGRA.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014) Censos Económicos 2014. Distrito Federal.

Jiménez, Lucina. (2009) Políticas culturales en México: una encrucijada por descifrar.

Ley de Impuesto Sobre la Renta. <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LISR.pdf>

Mexico country Profile, UNESCO

<http://portal.unesco.org/culture/en/files/40175/12598475833M%E9xico.pdf/M%E9xico.pdf>

Nalda, Enrique (2004). “Patrimonio arqueológico: problemas antiguos, soluciones nuevas”. En Los retos de la cultura en México, Lourdes Arizpe coord.. Pp.301-317

Nivón, Eduardo Bolan (2004) . Políticas culturales estatales. Nuevas formas de gestión cultural. En: Los retos de la cultura en México, Lourdes Arizpe coord. *Op cit.* Pp. 327-350.

Navarette Narváez, E., Incubadora de Empresas Creativas: FONDES-SEDECO

OECD (2009), The Impact of Culture on Tourism. OECD, Paris, Spanish translation by the Tourism Ministry of Mexico of pp. 3-75, <http://www.oecd.org/cfe/tourism/42040227.pdf>

OECD (2013). OECD Economic Surveys: Mexico 2013. OECD Publishing [http://dx.doi.org/10.1787/eco\\_surveys-mex-2013.en](http://dx.doi.org/10.1787/eco_surveys-mex-2013.en)

Organization of the American States. IDB, British Council (2014) The Economic Impact of the Creative Industries in the Americas. <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=38370643>

Organización de Estados Americanos. Mexico: Estructura del Sector Cultural [http://www.oei.es/cultura2/mexico/c5.htm#Nivel Regional / Estatal](http://www.oei.es/cultura2/mexico/c5.htm#Nivel%20Regional%20-%20Estatal)

Presupuesto del Estado de Jalisco 2014. [www.jalisco.gob.mx/sites/default/files/imco/presupuesto\\_ciudadano\\_2014\\_jal.pdf](http://www.jalisco.gob.mx/sites/default/files/imco/presupuesto_ciudadano_2014_jal.pdf)

Presupuesto del Estado de Nuevo León 2014 [www.ctainl.org.mx/descargas/leyegre2014.pdf](http://www.ctainl.org.mx/descargas/leyegre2014.pdf)

Presupuesto del Estado de Oaxaca 2014 [www.finanzasoxaca.gob.mx/pdf/asistencia/leyes\\_fiscales/2014/pdf/12\\_PRESUPUESTO\\_DE\\_EGRESOS.pdf](http://www.finanzasoxaca.gob.mx/pdf/asistencia/leyes_fiscales/2014/pdf/12_PRESUPUESTO_DE_EGRESOS.pdf)

ProMexico Mapa de Industrias Creativas. Industria y seguimiento de Proyectos (2013) <http://www.promexico.gob.mx/documentos/mapas-de-ruta/MRT-Industrias-Creativas-2013.pdf>

PwC. (2012) Global entertainment and media outlook: 2012-2016. <http://www.careercatalysts.com/pdf/PwCOutlook2012-Industry%20overview%20%283%29.pdf>

Reuters (2009) Company Profile: Grupo Televisa SAB. <http://in.reuters.com/finance/stocks/companyProfile?symbol=TV.N>

Ribot, Alfonso (2014) Retos de la política cultural en México. Revista para el análisis de la cultura y el territorio, num 15. <http://revistas.uca.es/index.php/periferica/article/view/2128/1941>

SECTUR (2002). Estudio Estratégico de viabilidad para el segmento del turismo cultural en México.  
<http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/segmentosyproductos/productos/Estudiodeturismoocultural.pdf>

Universidad Autónoma de México- UAM (2013) Ejercicio Presupuestal UAM, 2013.

UNCTAD (2010) Creative Economy Report Creative Economy: A feasible development option.  
[http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103_en.pdf)

Valdez , Raúl (2013). Funcionamiento de los programas de turismo cultural en México: algunas observaciones críticas. <http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf19/articulo3.pdf>

WIPO (2014) Studies on the economic contribution of the copyright industries.  
[http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/economic\\_contribution\\_analysis\\_2012.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/economic_contribution_analysis_2012.pdf)

### **Sitografía**

Ciudad Creativa Digital  
<http://ccdguadalajara.com/>

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes  
<http://www.conaculta.gob.mx>

INEGI  
<http://inegi.org.mx>

Instituto Nacional de Antropología e Historia  
<http://www.inah.gob.mx/>

Instituto Nacional de Bellas Artes  
<http://www.bellasartes.gob.mx/>

SIC  
<http://sic.conaculta.gob.mx/>

## REGNO UNITO

### Introduzione: le particolarità del modello culturale britannico

#### *Supporto pubblico al settore culturale e patrimoniale*

Il modello Britannico di finanziamento al settore culturale e patrimoniale si differenzia da quello Americano e da quello dell'Europa Continentale principalmente per il ruolo dello Stato e del mercato. Nel modello Americano, le organizzazioni culturali non sono agenzie pubbliche, ma enti autonomi non-profit, per i quali la quota di finanziamento pubblico è poco rappresentativa, e oscilla tra l'1 e il 2% dei loro ricavi totali (Wilkerson, 2012). Le donazioni filantropiche private sono pertanto cruciali alla sussistenza di queste organizzazioni per colmare la differenza negativa tra i costi affrontati e i ricavi generati (Zan et al. 2015).

Al contrario, in Europa Continentale, l'investimento privato è più sporadico perché la cultura è una materia di competenza dello Stato, che copre il divario di reddito con forti investimenti pubblici<sup>148</sup>. Si può sostenere che il Regno Unito si trovi a metà strada tra questi due modelli: le organizzazioni britanniche che operano nell'ambito della cultura e del patrimonio sono infatti enti caritatevoli e organismi quasi-indipendenti, supportati dal Governo con risorse pubbliche per una quota che corrisponde approssimativamente a un terzo dei loro introiti.<sup>149</sup>

Anche per quanto riguarda i meccanismi di finanziamento pubblico alla cultura e al patrimonio il modello Britannico mostra le sue peculiarità. Il Regno Unito è considerato come l'archetipo delle condizioni di mercato (*Arm's-length*). Poiché la cultura non è direttamente promossa dal governo (come ad esempio in Francia) le risorse sono gestite da enti pubblici semi-autonomi e redistribuiti ai beneficiari finali. Il principio dell'*Arm's length* punta all'esclusione della politica nel processo decisionale di assegnazione dei fondi alla cultura. Per questo sono state create apposite agenzie che selezionano e finanziano i singoli progetti attraverso bandi, promuovendo la competitività tra i partecipanti per aggiudicarsi i fondi.<sup>150</sup>

Anche alla luce di questo approccio, il governo britannico ha consapevolmente evitato di definire una specifica politica artistica definita e una definizione ufficiale del settore culturale. Le decisioni in questo campo sono frutto di accordi privati piuttosto che sancite attraverso le leggi, come dettato del sistema di Common-Law, in opposizione, ad esempio, al sistema culturale italiano dove la norma è il primo fondamento.

<sup>148</sup> A titolo di esempio, è interessante comparare le somme che i governi della Francia e del Regno Unito destinano ai rispettivi Ministeri incaricati della Cultura. Nel 2014, il budget del DCMS ammontava ad appena 1.3 miliardi di sterline (circa 1.8 miliardi di euro), mentre quello del Ministero per la Cultura e la Comunicazione Francese nello stesso anno ha superato i 7 miliardi di euro; quasi quattro volte in più.

<sup>149</sup> Anche se utili come schemi interpretativi, nella pratica si avverte una riconfigurazione di questi modelli. In effetti, si assiste ad un processo di riorganizzazione dei sistemi culturali e patrimoniali a livello internazionale, ove sia gli enti pubblici di paesi appartenenti al modello Europeo Continentale (come Francia e Spagna), che gli enti quasi-indipendenti del sistema britannico, innescano una serie di trasformazioni istituzionali, con cambiamenti in termine di governance, di finanziamento e di ridefinizione della loro autonomia in relazione al settore pubblico.

<sup>150</sup> Questo sistema non è tuttavia privo di critiche, e alcuni esperti segnalano che porta vantaggi alle organizzazioni e alle forme artistiche più istituzionalizzate a detrimento delle piccole strutture indipendenti con progetti più sperimentali.

### *L'economia tripode del settore culturale e patrimoniale*

Le organizzazioni culturali britanniche hanno come obiettivo la diversificazione dei loro introiti finanziari secondo il modello della "economia tripode", supportato esplicitamente dal DCMS. Questo modello prevede una composizione mista dei finanziamenti, provenienti, in proporzioni più o meno uguali<sup>151</sup> dal settore pubblico, dall'investimento privato e da incassi generati. In questo modello i soldi pubblici servono come effetto leva per attirare altri tipi di finanziamento, e non per colmare il divario di reddito. Le tre parti di questa economia mista interagiscono in modi complessi; i contesti dettagliati variano a seconda del settore e della forma artistica, la grandezza dell'organizzazione e la collocazione geografica, con le organizzazioni di alto profilo nel centro di Londra che funzionano come magneti per gli investimenti privati.

La diversificazione dei ricavi è diventata ancora più importante per fronteggiare i tagli e le misure di austerità, e rappresenta un fattore cruciale per la sostenibilità finanziaria e per la resilienza delle organizzazioni di fronte alle sfide economiche. Oltre ai benefici economici ricercati, il non dipendere da una sola fonte di finanziamento offre loro più libertà artistica e autonomia sul fronte creativo.

### *Gestione e conservazione del patrimonio culturale*

In linea con questa distribuzione di competenze tra lo Stato e i privati, il caso britannico è particolare per quanto riguarda la titolarità, la gestione e la conservazione del patrimonio storico. Per comprendere il modello di gestione del patrimonio storico nel Regno Unito, è importante fare riferimento ai cambiamenti innescati dai governi Thatcher, che hanno spinto verso partenariati pubblico-privati, la privatizzazione, la deregolamentazione e la progressiva riduzione delle funzioni della pubblica amministrazione. A differenza di altri paesi con regole più restrittive sull'uso del patrimonio storico, nel Regno Unito sono più comuni i siti culturali di proprietà privata, ove solo un terzo degli edifici storici è di proprietà pubblica (HLF, 2014).

Anche se il governo destina fondi per il restauro e la manutenzione del patrimonio storico (sia di proprietà pubblica che di proprietà privata), l'investimento privato supera il contributo pubblico. Si calcola che solo il 10% dei costi di restauro nei siti storici di proprietà privata è coperto con risorse pubbliche (English Heritage *et al.*, 2007). Le imprese britanniche sono incentivate a investire nel patrimonio, finanziando attività di restauro e usando i siti storici per attività commerciali.

I cittadini britannici attribuiscono un gran valore al patrimonio storico, che attira una parte importante delle donazioni individuali e delle società. Nel 2010 si trattava del 36% dell'intero ammontare dei finanziamenti privati al settore cultura (A&B, 2012).<sup>152</sup> Il patrimonio storico attrae anche un grande interesse in termini di volontariato; si calcola che, solo in Inghilterra, circa mezzo milione di volontari regolari siano coinvolti in attività legate al patrimonio (House of Commons, 2011). Infatti, si stima che il Regno Unito possieda il più grande segmento volontario del patrimonio in Europa. Tuttavia, il diffuso ricorso al volontariato è al centro di un dibattito sui rischi della sostituzione di professionisti del patrimonio con personale volontario, sia in termini di mancanza di *expertise* e competenze tecniche, sia in termini di lavori non-retribuiti che contribuiscono alla precarizzazione delle professioni in campo artistico-culturale.

Un aspetto interessante del modello britannico di gestione patrimoniale è la terminologia utilizzata per designare il patrimonio culturale. Nei documenti ufficiali e nelle politiche settoriali, il termine utilizzato è "*Historic environment*" (ambiente storico). Questa designazione implica uno sguardo che va oltre la singola struttura del patrimonio edificato, estendendosi all'ambientazione, al paesaggio urbano e al contesto più ampio nel quale si inserisce il patrimonio, fattori che influenzano il modo in cui il luogo è interpretato e vissuto.

<sup>151</sup> Vi sono alcune differenze, come si vedrà in questo capitolo, tra le grandi istituzioni culturali sponsorizzate dal DCMS (come il British Museum, la Tate Gallery, e il British Film Institute), ove il finanziamento pubblico rappresentò il 32% degli introiti totali nel 2013, e le organizzazioni culturali non-for profit di minor importanza, dove la percentuale arriva al 50%.

<sup>152</sup> I Musei, al secondo posto, attirarono nello stesso anno il 16% delle donazioni private. Le arti riscontrano un interesse minore. Ad esempio, le arti visive hanno ricevuto l'11% e il teatro il 7%.

## Supporto pubblico indiretto al settore culturale e patrimoniale

Il Regno Unito ha messo in atto diversi incentivi fiscali per incoraggiare il coinvolgimento privato nel finanziamento alla cultura e al patrimonio. Il modello britannico si basa su un sistema di ‘crediti fiscali’, a differenza di altri paesi, che usano il più diffuso sistema delle deduzioni fiscali. Nel Regno Unito i beni patrimoniali possono fungere da crediti fiscali: ad esempio i contribuenti possono trasferire beni di loro proprietà, incluse opere d’arte, come sostituzione del pagamento dell’imposta di successione.

I crediti fiscali si distinguono dalle deduzioni poiché i primi compensano direttamente l’imposta dovuta allo Stato dal contribuente. Per contro, le deduzioni fiscali riducono solamente il reddito imponibile sul quale si applica l’aliquota fiscale. Di conseguenza, un credito fiscale è più vantaggioso per il contribuente rispetto a una deduzione fiscale. Uno studio del Parlamento Europeo (2011) segnala che gli incentivi basati sui crediti fiscali sono più efficaci per incrementare il coinvolgimento privato nel finanziamento alla cultura, appunto perché i crediti vanno incontro ai singoli contribuenti, mentre il modello delle deduzioni fiscali è più favorevole per la tesoreria.

Oltre agli incentivi fiscali, la trasparenza e l’*accountability* delle istituzioni beneficiarie sono fattori che spiegano la maggiore propensione degli britannici a donare, assieme ad altri aspetti culturali. Le donazioni di società e singoli cittadini sono una misura ben consolidata nel Regno Unito, e più generalmente nel mondo anglo-sassone, con gli Stati Uniti in cima. Infatti, la Gran Bretagna è il secondo paese Europeo (dopo l’Irlanda) ad essere nella lista dei maggiori donatori al mondo secondo il World Giving Index (CAF, 2014).

## Breve descrizione del attuale panorama culturale

Il Regno Unito è composto da quattro Stati: Inghilterra, Scozia, Galles e Irlanda del Nord<sup>153</sup>, diversi tra loro sia nella composizione che nella consistenza del loro patrimonio culturale, coerentemente con le differenze sociodemografiche che le contraddistinguono. Con più di 54 milioni di abitanti, l’Inghilterra rappresenta l’84% della popolazione totale del Regno Unito, cinque volte superiore alla popolazione di Galles (5%), Scozia (8%) e Irlanda del Nord (3%) messe insieme (ONS, 2014). Per il peso economico, demografico e culturale dell’Inghilterra, il capitolo presenterà degli approfondimenti specifici sul contesto inglese.

L’attuale scenario culturale britannico è caratterizzato dalle notevoli riduzioni che il finanziamento pubblico ha subito negli ultimi cinque anni, in seguito alle misure di austerità messe in atto dal governo. La struttura a cascata dei fondi centrali e la dipendenza dai finanziamenti del governo centrale hanno messo in difficoltà molte organizzazioni culturali e sia in Inghilterra che nelle amministrazioni decentrate.

Per far fronte a queste nuove condizioni, sono stati elaborati dei modelli di business che puntano ad una maggiore efficienza e auto-sostenibilità a livello locale, promuovendo l’indipendenza finanziaria e il decentramento del processo decisionale. Questo processo include l’utilizzo di diverse strutture legali (come enti di beneficenza e imprese sociali), incentivi fiscali, e una serie di sinergie avviate dal governo per accompagnare le ristrutturazioni organizzative e ridurre la dipendenza dei fondi pubblici, come dimostrano il cambio statutario dell’agenzia inglese per il patrimonio *English Heritage* o la fusione dell’omologa Scozzese *Historic Scotland* con la Commissione Reale sui Monumenti Antichi e Storici della Scozia (RCAHMS).

Anche per quanto riguarda le industrie creative, il peso dell’Inghilterra è considerabilmente più importante, anche per l’importanza di Londra, polo culturale britannico per eccellenza. L’effetto “magnete” di Londra si esprime nell’attrattività non solo di investimenti culturali, ma anche di talenti creativi. A Londra, infatti, si concentrano i processi produttivi specificamente di natura creativa che fungono da input per molte filiere culturali/creative. A Londra si riscontra una sorta di specializzazione creativa rispetto ad

<sup>153</sup> Per riferirsi all’insieme del Regno Unito, si usa qua il termine “paese”, mentre per parlare dell’Inghilterra, Scozia, Galles o Irlanda del Nord separatamente, si usa il termine “stato”. La Scozia, il Galles e l’IN sono le amministrazioni decentrate o devolute, essendo quest’ultimo il termine di norma nei documenti ufficiali. Le “regioni” rappresentano la divisione sub-nazionale dell’Inghilterra, mentre con “governo centrale” ci si riferisce al governo del Regno Unito.

altre regioni in cui si svolgono processi complementari. L'attuale dibattito sottolinea appunto la necessità di riequilibrare i finanziamenti destinati alla cultura e alla creatività al di fuori della capitale inglese. Nonostante la concentrazione geografica, altre regioni al di fuori di Londra e dell'Inghilterra cercano di sfruttare il capitale creativo e ritengono le ICCs uno dei settori strategici per la loro crescita.

Nel suo insieme il Regno Unito ha da tempo riconosciuto la creatività come volano per lo sviluppo economico e la competitività del paese. Basti ricordare che è stato proprio il Regno Unito il primo paese europeo a definire il perimetro delle industrie creative già del 1998, attraverso il documento *“Creative Industries Mapping”* elaborato dal DCMS. Tuttavia la Gran Bretagna rimane leader mondiale non solo nella produzione ed esportazione di contenuti creativi (in particolare nei settori della musica, film e i videogiochi), ma anche nello studio e quantificazione del peso dell'economia creativa.

## Struttura amministrativa e articolazione delle competenze in materia di cultura

### Livello Centrale

A conferma del valore riconosciuto a questi settori per la vita economica e la comunità nel Regno Unito esiste un Dipartimento ministeriale per la Cultura, i Media e lo Sport (DCMS).

Il DCMS è uno dei 24 dipartimenti ministeriali del Regno Unito, il cui obiettivo dichiarato è contribuire a rendere il paese il luogo più creativo e stimolante per vivere, da visitare e in cui fare affari. Il Dipartimento è responsabile per la tutela e promozione del patrimonio culturale e le attività artistiche; le biblioteche; i musei e le gallerie; lo sport; le telecomunicazioni; il turismo; le politiche di genere e l'uguaglianza e la promozione della “economia creativa”. Gestisce inoltre la Collezione d'Arte Governativa, che raccoglie le opere d'arte degli edifici del Governo britannico nel mondo, promuovendo l'arte e la cultura britannica.

Il DCMS è anche responsabile per lo sviluppo del turismo e la promozione del paese, svolgendo una funzione di consulenza legale per il Governo in questa materia. Il più recente rapporto annuale del DCMS (pubblicato a luglio 2015) fornisce un resoconto completo degli obiettivi del Ministero, un aggiornamento sull'uso delle risorse e informazioni dettagliate sulle sue attività.<sup>154</sup>

Il DCMS sovvenziona 44 agenzie e organismi pubblici indipendenti che lo supportano nel raggiungimento dei suoi obiettivi nei diversi settori. In base alla loro natura le agenzie sono così classificate:

- Musei e gallerie (17), inclusi il British e il Tate Museum e la Galleria Nazionale.
- Organi regolatori (4), come la Commissione per i giochi d'azzardo e l'Autorità di Sicurezza per lo Sport.
- Enti che forniscono consulenza professionale e legale (3), come il Comitato per le Esportazioni di Oggetti Culturali.
- Enti distributori di sovvenzioni e di promozione settoriale (6) come il Consiglio delle Arti in Inghilterra, l'Istituto Cinematografico Britannico e l'Heritage Lottery Fund.
- Enti promotori del turismo (2), VisitBritain e il suo omologo per l'Inghilterra VisitEngland.
- Enti gestori del patrimonio e dei beni culturali (4) come il Fondo per il Patrimonio Nazionale e The Royal Parks.
- Enti fornitori di servizi specializzati per lo sport (4) come l'Istituto Inglese per lo Sport e l'Autorità responsabile delle Olimpiadi (ODA).

<sup>154</sup> Il Rapporto 2015 del DCMS è disponibile a questo link:

[https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/445871/DCMS\\_annual\\_report\\_and\\_accounts\\_2014\\_to\\_2015\\_\\_print-optimised\\_PDF\\_.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/445871/DCMS_annual_report_and_accounts_2014_to_2015__print-optimised_PDF_.pdf)

- Enti che promuovono l'uguaglianza e la non discriminazione (1), la Commissione per l'Uguaglianza e i Diritti Umani.
- Servizi televisivi (3), come la BBC.

Nella distribuzione delle sovvenzioni, il DCMS stabilisce con ogni agenzia un “*management agreement*” triennale, dove si stabiliscono le priorità, gli indicatori per misurare la performance, l'efficacia della spesa pubblica e le forme di collaborazione tra il Ministero e ciascuno degli enti menzionati sopra. Tuttavia, esso è diventato un dipartimento di minor peso anche in seguito alla devoluzione di competenze ai singoli governi statali.

Un altro ministero che detiene competenze puntuali in materia di cultura e somministra finanziamenti in quest'ambito è il Ministero dell'Istruzione, specificamente per quanto riguarda la formazione culturale.

Per quanto riguarda la promozione culturale del Regno Unito all'estero, la responsabilità è condivisa fra vari ministeri e organismi pubblici non dipartimentali, ognuno con la propria specifica ottica, così come fra le amministrazioni di Scozia, Galles e Irlanda del Nord. Il Ministero degli Affari Esteri e del Commonwealth (FCO) sviluppa le relazioni culturali internazionali come un sottoinsieme delle più ampie attività diplomatiche, con l'obiettivo di allargare il raggio d'influenza del Regno Unito e di migliorare la percezione del paese all'estero. In questo è supportato dal *British Council*, organo pubblico non dipartimentale che riceve finanziamenti dalla FCO ed è incaricato di promuovere la cultura e la lingua inglese<sup>155</sup>.

Il DCMS assieme al Dipartimento per il Business, l'Innovazione e le Competenze (BIS) si occupa anche dell'influenza culturale che il Regno Unito può esercitare all'estero, direttamente attraverso la promozione delle industrie culturali e creative e indirettamente, attraverso il BBC World Service che svolge un ruolo importante nel rappresentare la cultura e la società britannica all'estero con servizi di radio e televisione. Il controllo delle telecomunicazioni e della radiodiffusione (*broadcasting*) nonché delle esportazioni di beni culturali rimangono in capo al DCMS<sup>156</sup> mentre altre funzioni sono state nel tempo decentrate come vedremo nel prossimo paragrafo.

### ***Amministrazioni decentrate***

La devoluzione delle competenze verso i singoli stati comprende, tra gli altri settori, quello culturale, il patrimonio, lo sport e la promozione delle lingue nazionali come il gallese e lo scozzese.

Ciascuno stato esprime un Ministro della Cultura (Grafico 1) e può elaborare specifiche leggi e programmi in materia di cultura e di patrimonio. Per l'Inghilterra, l'autorità in materia di cultura e patrimonio è il DCMS. Ogni governo decentralizzato ha responsabilità su musei, biblioteche, gallerie, archivi, edifici storici e archeologia, espletate attraverso le agenzie settoriali sponsorizzate, riproducendo il modello ministeriale spiegato sopra. Il DCMS per l'Inghilterra e i rispettivi governi decentrati per gli altri stati, definiscono la leadership strategica e stanziavano i fondi pubblici per attività delle agenzie.

Nel contesto della devoluzione di competenze, le amministrazioni statali stabiliscono degli accordi col DCMS, in particolare attraverso i Protocolli d'Intesa (MoU), che prescrivono le pratiche di cooperazione che si basano su principi di “buona comunicazione” e di “consulenza”, per cui entrambe le parti assicurano di tenersi reciprocamente informate sui campi di loro competenza ad esempio su eventuali proposte legislative e questioni di reciproco interesse.

<sup>155</sup> Nel 2013, la FCO allocò al British Council (BC) un totale di 162.4 milioni di sterline (-9 milioni rispetto all'anno precedente), somma che rappresentò il 19% degli introiti totali dell'ente. L'80% del fatturato annuale del BC arriva dagli esami per attestare la conoscenza di lingua inglese, i partenariati attivati e i compensi per i servizi offerti. In questo modo nonostante la riduzione delle sovvenzioni della FCO, è riuscito ad incrementare i suoi introiti.

<sup>156</sup> Le puntuali competenze devolute a ogni nazione sono stabilite nei documenti costitutivi: Government of Wales Act 1998 e Government of Wales Act 2006 per il Galles, The Scotland Act 1998 e 2012 per la Scozia e The Northern Ireland Act 1998 per l'Irlanda del Nord.

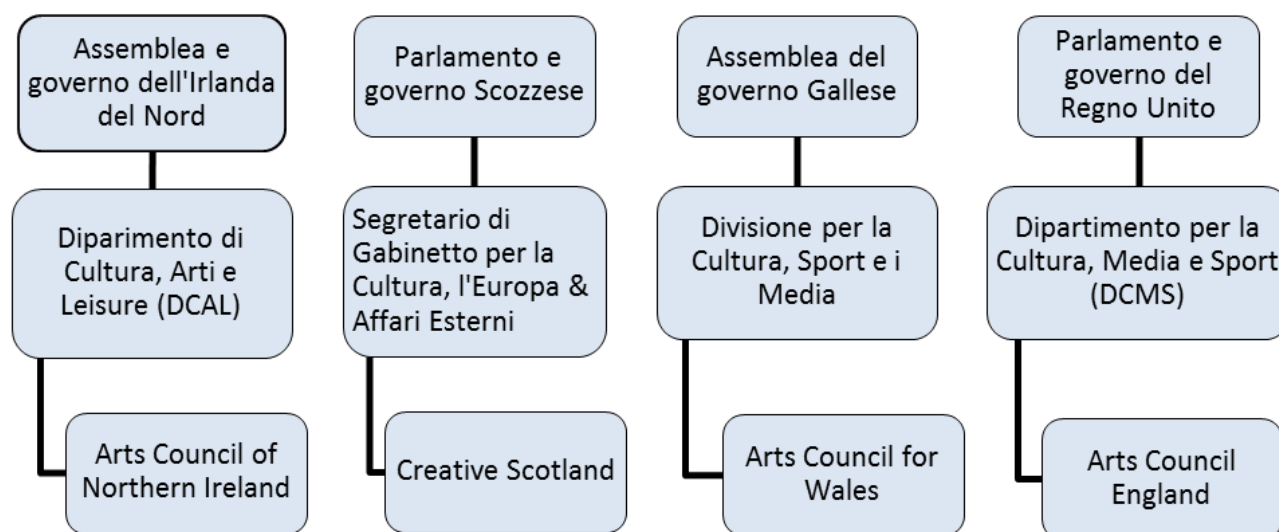
Il controllo della radiodiffusione e i servizi televisivi, riservati invece al DCMS, sono oggetto di dibattito e di dissenso da parte delle assemblee governative. Uno studio<sup>157</sup> commissionato dall'Assemblea Gallese, ad esempio, ha sollevato che la centralizzazione delle competenze sui servizi di trasmissione limita la capacità delle autorità statali di supportare le industrie creative Galesi, che sono una parte promettente dell'economia ma rimangono ancora deboli rispetto ad altre regioni del Regno Unito.

Il settore culturale del Regno Unito è archetipo delle condizioni di mercato (*Arm's-length*), poiché i fondi governativi per la cultura sono gestiti da enti pubblici non dipartimentali che distribuiscono soldi ai beneficiari finali. Il principio dell'*Arm's length* punta alla non-interferenza politica nel processo decisionale di assegnazione dei fondi, per cui esistono quattro agenzie di sviluppo separate per ogni stato, ed esiste la possibilità di un'ulteriore decentramento di poteri in questo settore per la Scozia a seguito del referendum sull'indipendenza.

Le agenzie ricevono risorse dalle rispettive amministrazioni statali e dalla Lotteria Nazionale, attraverso il DCMS. Per questa seconda fonte di finanziamento rispondono al governo del Regno Unito, anziché alle rispettive autorità statali in quanto la ridistribuzione dei Fondi della Lotteria Nazionale non è una competenza decentrata. Per questo, le agenzie devono contabilizzare separatamente le due voci di spesa.

I fondi culturali vengono gestiti con un sistema a cascata, e le agenzie possono delegare responsabilità e risorse ad altri enti con competenze settoriali specifiche, ad esempio la Film Agency for Wales nel caso del Galles. Le diverse agenzie nazionali attivano dei partenariati con le autorità locali e talvolta anche dei progetti congiunti con le agenzie omologhe degli altri Stati. La tabella sotto mostra la struttura dei sistemi culturali nelle singole amministrazioni.

**Figura 5. Governance del settore culturale nelle amministrazioni decentrate, Regno Unito**



Fonte: elaborazione propria

<sup>157</sup> Hargreaves, Ian (2010) The Heart of digital Wales: a review of the creative industries. Welsh Assembly Government

### Box 35. Arts Council England, l'agenzia Inglese di sviluppo per la cultura e le arti

Arts Council England (ACE) è l'agenzia che si occupa della promozione artistica e culturale in Inghilterra. Da statuto, i suoi obiettivi sono a) incrementare la conoscenza, la comprensione e la pratica delle arti b) migliorare l'accesso alla cultura in Inghilterra, c) consigliare e cooperare con i corrispettivi enti in Scozia, Galles e Irlanda del Nord, nonché con altri organismi coinvolti nelle arti, la cultura e nel settore museale. Infatti, dal 2011, l'ACE ha ereditato dal Consiglio per i Musei, Biblioteche e Archivi (MLA), la responsabilità sullo sviluppo e la certificazione dei musei (si veda pag. 224 per il sistema di certificazione dei musei).

L'agenzia conta cinque Consigli Regionali in Inghilterra e nove uffici decentrati in tutto il paese. Il suo budget è specificato dal DCMS, che alloca stanziamenti da redistribuire tra organizzazioni culturali e progetti individuali. Lo stanziamento del DCMS all'ACE è stato di 449 milioni di sterline nel 2014 (-12 milioni rispetto all'anno precedente). Inoltre l'agenzia distribuisce risorse della Lotteria Nazionale (396 milioni nello stesso anno, +219 milioni di sterline rispetto all'anno precedente). Tra il 2011 e il 2015, l'ACE ha investito in arte e cultura 1.4 miliardi di sterline proveniente dal governo e 1 miliardo proveniente dalla Lotteria Nazionale.

L'ACE è stata al centro di critiche sulla distribuzione geografica dei finanziamenti. Infatti, da tempo Londra ne riceve una parte decisamente maggiore (il 37% dei fondi provenienti dalla DCMS nel 2013). Sebbene questo possa rispondere al suo ruolo di capitale e polo culturale riconosciuto a livello mondiale, lo squilibrio negli stanziamenti a favore di Londra ha una doppia implicazione. Da una parte, limita l'accesso alla cultura (uno degli obiettivi dell'ACE), dal momento in cui le sovvenzioni avvantaggiano le comunità che sono già più attive e impegnate nel campo dell'arte. Dall'altra, utilizza le entrate dei contribuenti e la spesa dei giocatori della lotteria di altre parti del paese. In questo modo, le comunità meno abbienti che contribuiscono di più alla Lotteria, percepiscono un ritorno minore in termini di iniziative culturali.

Diversi studi, come "Rebalancing Our Cultural Capital" (2013) e il successivo "PLACE Report: Policy for the Lottery, the Arts and Community in England" (2014) hanno appunto sottolineato la necessità di limitare l'accesso di Londra ai finanziamenti distribuiti dall'ACE, per contrastare un sistema di finanziamento culturale "chiuso", ove le grandi istituzioni londinesi concentrano il finanziamento del ACE, i fondi della Lotteria e quelli provenienti di filantropia e delle donazioni private.

## Strategia culturale

Le politiche culturali per il Regno Unito sono stabilite dal DCMS, attraverso piani triennali (Business Plan). Tuttavia, poiché la cultura, il patrimonio e le ICCs sono materie decentrate, in realtà le strategie del DCMS in questi settori riguardano soltanto l'Inghilterra.

Il Business Plan 2013-15 del DCMS è strutturato in cinque priorità, per ognuna delle quali il Dipartimento ha adottato una serie di indicatori di input e di impatto, regolarmente pubblicati on line per assicurare una valutazione pubblica delle politiche. Le cinque priorità, accompagnate dai rispettivi indicatori, sono:

- Promuovere la crescita del Regno Unito: misurata con indicatori riguardanti l'industria del turismo (numero di occupati, numero di visitatori esteri al Regno Unito) e le industrie creative (taglia dell'occupazione creativa).
- Facilitare la diffusione di una banda larga universale e offrire una migliore copertura della rete mobile per promuovere la crescita, tenendo come obiettivo coprire il 95% del Regno Unito per il 2017. Indicatori: numero di locali coperti della banda larga in relazione alle spese del programma, e altri indicatori basati su dati qualitativi della banda larga (velocità, prezzo).
- Promuovere il marchio Regno Unito a livello internazionale, misurato attraverso indicatori sulla fruizione e il finanziamento alla cultura (numero di visitatori ai musei e gallerie, ammontare delle donazioni e sponsorizzazioni a istituzioni culturali, ecc.).

- Garantire un lascito sportivo dai giochi olimpici e paraolimpici, misurato con indicatori d'input relativi agli utilizzatori più giovani (costo medio per studente che partecipa ai Giochi della Scuola) e di impatto (tasso di bambini che partecipano a competizioni sportive).
- Creare un Regno Unito giusto ed equo, misurato con dati sulla parità di genere nell'occupazione e l'attuazione di politiche anti-discriminatorie nel posto di lavoro.

### Struttura e governance del patrimonio culturale

Ogni stato ha elaborato una propria legislazione e politiche per la conservazione del patrimonio culturale<sup>158</sup>. Le agenzie responsabili del patrimonio culturale nelle amministrazioni decentrate sono l'English Heritage per l'Inghilterra, Northern Ireland's Environment Agency per l'Irlanda del Nord, Cadw per Galles e Historic Scotland<sup>159</sup> per la Scozia. I sistemi di catalogazione e di protezione del patrimonio edificato sono sostanzialmente uguali nei quattro stati, che hanno classificato i beni immobili secondo le seguenti categorie:

- **“Monumenti catalogati”** (scheduled monuments) sono i beni considerati d'importanza nazionale. Le rovine archeologiche note, ad esempio, entrano in questa categoria e questo permette di adottare misure volte a garantire la salvaguardia del sito o ad assicurare che la perdita subita venga compensata da una attività di ricerca e documentazione attraverso scavi ed analisi. Secondo la Strategia Nazionale per il Patrimonio Nazionale, esistono oltre un milione di siti archeologici nel Regno Unito, e solo il 2-3% sono catalogati. La maggior parte sono di proprietà privata, e pochissimi siti, come i siti protetti e/o attrazioni turistiche, sono di proprietà pubblica.
- **“Monumenti registrati”** (listed monuments) sono i beni considerati d'interesse storico o d'importanza architettonica. I beni abitati o abitabili sono generalmente registrati, non catalogati. I siti registrati sono classificati in tre gruppi<sup>160</sup> in base alla loro importanza e al grado di conservazione:
  - Grado I: edifici di eccezionale interesse, a volte di importanza internazionale, e siti rappresentativi di un periodo particolare che hanno subito poche alterazioni. In questa categoria rientra una piccola porzione del patrimonio iscritto. Rispetto agli altri stati in Scozia si trova la consistenza maggiore.
  - Grado II: edifici particolarmente importanti e d'importanza regionale, o esempi di un periodo particolare che hanno subito alcune alterazioni. La metà del patrimonio iscritto in Scozia corrisponde a questa categoria, mentre per gli altri stati si tratta di una quota tra il 6 e il 7%.
  - Grado III: edifici d'interesse speciale, siti tradizionali o d'importanza locale, o siti moderatamente alterati. Con l'eccezione della Scozia, questa categoria rappresenta la maggior parte del patrimonio britannico iscritto.

I siti catalogati e quelli registrati sono entrambi protetti dalla legge, senza distinzione di grado. Perciò eseguire certi tipi di interventi senza il permesso necessario rappresenta un crimine. I permessi si richiedono alle autorità statali, ad eccezione dei restauri di chiese e luoghi di culto (“esenzione ecclesiastica”), che non

<sup>158</sup> Le principali norme in questa materia sono: Planning (Listed Buildings and Conservation Areas) Act 1990 in Inghilterra, Planning Act 1991 in Galles, Planning Act 1997 in Scozia e Planning Order 1991 in Irlanda del Nord.

<sup>159</sup> Tramite l'Historic Environment Scotland Bill è stato creato dal Parlamento scozzese un nuovo organismo pubblico non dipartimentale incaricato del patrimonio (“ambiente storico”), unendo Historic Scotland e la Commissione Reale sui Monumenti Antichi e Storici della Scozia (RCAHMS). Il nuovo organismo, Historic Environment Scotland sarà attivo da ottobre 2015 e avrà un ruolo di primo piano nella realizzazione della Strategia per l'Ambiente Storico per la Scozia.

<sup>160</sup> I nomi delle categorie variano: in Inghilterra e Galles si usa I, II\* e II, in Scozia A, B e C e in Irlanda del Nord A, B+ e B

rientrano in questo sistema ma seguono un proprio metodo per il rilascio dei permessi.<sup>161</sup> Altre designazioni sono:

- **Parchi e giardini registrati**, o siti d'interesse scientifico. Non hanno una protezione supplementare, ma hanno restrizioni di sviluppo in merito alla forma di eventuali modifiche all'ambiente, alla proprietà e al panorama.
- **Aree di conservazione**, estendono la tutela agli edifici storici anche se non sono registrati né catalogati.

La manutenzione degli edifici storici è responsabilità del proprietario, sia esso un privato, un'azienda, un ente benefico o lo stato. Qualora tali edifici cadano in abbandono, le riparazioni devono essere eseguite e sono disponibili una serie di sovvenzioni tramite il finanziamento della Lotteria Nazionale attraverso il Heritage Lottery Fund. La tabella sotto riporta la composizione del patrimonio culturale iscritto in ciascuno stato e i siti patrimonio Unesco.

**Tabella 52. Struttura del patrimonio culturale iscritto in Regno Unito (beni immobili)**

| Classifica                   | Inghilterra (2015) | Galles (2012) | Scozia (2013) | Irlanda del Nord (2013) |
|------------------------------|--------------------|---------------|---------------|-------------------------|
| <b>Monumenti catalogati</b>  | 19 730             | 4 110         | 8 150         | 1 939                   |
| <b>Monumenti registrati</b>  | 376 099            | 29 900        | 47 649        | 8 497                   |
| tra cui:                     | -                  | -             | -             | -                       |
| Grado I                      | 2,5%               | 2%            | 8%            | 2,3%                    |
| Grado II                     | 5,5%               | 7%            | 50%           | 5,6%                    |
| Grado III                    | 92%                | 91%           | 42            | 91,2%                   |
| <b>Aree di conservazione</b> | 9 800              | 520           | 640           | 60                      |
| <b>Giardini e parchi</b>     | 1 600              | 430           | 390           | 154                     |
| <b>Patrimonio Unesco</b>     | 19                 | 3             | 6             | 1                       |

Fonti: Elaborazione a partire di dati di English Heritage (2015), SOE Northern Ireland (2014), Historic Scotland (2013), Cadw (2012), Unesco (2015).

### *L'economia del patrimonio culturale*

Il patrimonio storico produce molteplici ricadute economiche. Oltre al turismo culturale (p. 244), vi sono ricadute legate ai lavori di restauro e manutenzione e agli usi commerciali dei siti. A differenza di altri paesi con regole più restrittive sull'uso del patrimonio storico, nel Regno Unito sono più comuni i siti culturali di proprietà privata e le imprese sono incentivate ad investire nel patrimonio, sia finanziando attività di restauro, sia attraverso attività commerciali.

Oltre il 40% dei lavori nel settore edilizio sono restauri e manutenzioni piuttosto che nuove costruzioni. Di questi, la metà riguardano edifici storici (NHSS, 2009). Il settore della conservazione ha quindi un ruolo rilevante per l'economia. In Inghilterra, il restauro e la manutenzione degli edifici storici ha contribuito direttamente al PIL con 4.1 miliardi di sterline nel 2010 (11 miliardi se si considerano gli impatti indotti). Si stima inoltre che queste attività occupino il 14% dei lavoratori nel settore delle costruzioni, con 181 000 posti di lavoro nel 2010 (Historic England, 2014).

Il patrimonio storico ha un potere attrattivo anche nei confronti di imprese altamente competitive. Secondo uno studio dell'Heritage Lottery Fund<sup>162</sup> realizzato in tutto il Regno Unito, le aree urbane con una maggior densità di edifici storici registrati mostrano una maggior concentrazione d'imprese creative, di cui molte start-up. Inoltre, lo studio conclude che le imprese che hanno sede in un sito storico registrato sono più

<sup>161</sup> Solo la demolizione di un sito di culto richiede il permesso delle autorità non religiose.

<sup>162</sup> Heritage Lottery Fund (2013) New ideas need old buildings.

produttive e più remunerative: esse producono un VAL annuale 4.4% superiore al resto delle imprese britanniche.

Nel 2013 si contavano più di 130 mila imprese con sede in un sito storico registrato con un fatturato di 47 miliardi di sterline annuali (3.5% del VAL del paese) e 1.4 milioni di persone occupate. Non tutti i siti storici sono registrati, per cui si stima che il contributo del patrimonio culturale sia molto maggiore, se si considerasse anche il patrimonio non-registrato.

### ***Struttura e governance del patrimonio culturale in Inghilterra***

In Inghilterra, la Collezione Nazionale del Patrimonio include più di 420 iscrizioni:

- 59 siti preistorici, tra cui Stonehenge, uno dei tanti siti del patrimonio inglese;
- 56 siti romani, tra cui gran parte del Vallo di Adriano;
- 116 castelli e fortezze;
- 32 case e giardini storici;
- 90 siti ecclesiastici;
- 58 statue e monumenti, tra cui il Cenotafio di Londra;
- 34 edifici nazionali medievali;
- Patrimonio marittimo, tra cui più di 60 siti protetti di relitti;
- Ponti storici, grandi fienili, appostamenti fissi di caccia e bunker della guerra fredda;
- Siti del patrimonio industriale.

L'ente responsabile della Collezione e della sua apertura al pubblico è l'*English Heritage* (EH), che fino al 2015 era il marchio commerciale della Commissione per gli Edifici e i Monumenti Storici. Recentemente ha subito importanti trasformazioni per garantire un futuro sostenibile alla Collezione.

Dal 2015, *English Heritage* si è divisa in due organizzazioni; una detiene la responsabilità della Collezione<sup>163</sup> (che rimane di proprietà pubblica) e conserva il nome *English Heritage* (EH), ma si è trasformata in ente di beneficenza indipendente. L'altra, invece, chiamata *Historic England*, mantiene la forma prevista dalla Commissione, cioè di ente pubblico che fornisce *expertise* e suggerimenti ai proprietari e alle autorità pubbliche in materia di patrimonio.<sup>164</sup>

L'ente caritevole continuerà a ricevere sussidi dal governo, in maniera decrescente, fino al 2023, ma dovranno essere progressivamente controbilanciati dall'incremento di altre fonti di reddito in modo riuscire a raggiungere un'autonomia finanziaria. Si stima che dopo otto anni dall'avvio del programma di conversione, la Collezione Nazionale sia completamente auto-finanziata. Gli investimenti che si prospettano fino al 2023 provengono dal governo per un totale di 80 milioni di sterline, e 83.4 milioni provenienti dalla raccolta di fondi, da sponsorizzazioni e lasciti, di cui si prevede un incremento dopo la conversione ad ente di

<sup>163</sup> EH ottiene i diritti di gestione della Collezione per un periodo di 8 anni, attraverso una licenza concessa dalla Commissione. Non gli viene attribuita la proprietà, che rimane della Commissione, in qualità di bene pubblico.

<sup>164</sup> Le azioni e gli obiettivi di *Historic England* sono state pubblicate attraverso un Piano Corporativo triennale (2015-2028) (<https://historicengland.org.uk/about/what-we-do/corporate-strategy/>) accompagnato di un Piano di Azione per lo stesso periodo (<https://historicengland.org.uk/about/what-we-do/action-plan>).

beneficienza. Infatti, nel momento in cui l'ente non dipenderà più da un organo pubblico come la Commissione, potrà ricevere finanziamenti da una più ampia gamma d'impresa.

Il cambio statutario permetterà all'ente anche una maggiore autonomia finanziaria, con la possibilità di pianificare a lungo termine l'uso delle proprie risorse, senza essere costretto dai cicli di bilancio triennali stabiliti dal governo. L'indipendenza nei confronti del governo permetterà all'ente di riportare eccedenti alla fine dell'anno e d'incrementare gli incassi provenienti da attività commerciali: ristorazione e altri servizi offerti ai visitatori. L'ente non sarà più costretto dalle restrizioni governative in materia di marketing e promozione, cosa che gli permetterà un miglior sviluppo delle attività e una performance da impresa invece che da ente pubblico.

La tabella seguente riassume la performance di EH su diversi parametri da cui si evince la progressiva diminuzione dei sussidi (-44% nel 2014 con rispetto al 2011), in seguito ai tagli nel bilancio del 2012 e della *Spending Review* del 2010. Parallelamente si nota che le risorse dell'ente, provenienti da entrate proprie e attività di fund raising, rappresenta una percentuale in crescita. Durante l'ultimo anno, la Collezione ha registrato complessivamente, 5.74 milioni di visite, una cifra record. Stonehenge da solo ha ricevuto 1.36 milioni di visitatori.

Tabella 53. Indicatori di Performance dell'English Heritage (2011-2015)

|                                                                                                    | 2014  | 2013   | 2012  | 2011  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|-------|-------|
| <b>Visitatori ai siti della Collezione Nazionale (milioni)</b>                                     | 5,74  | 5,73   | 5,10  | 5,53  |
| <b>Numero di volontari</b>                                                                         | 1 872 | 1 473  | 1 026 | 830   |
| <b>Numero di membri corporativi (milioni)</b>                                                      | 1,34  | 1,32   | 1,16  | 1,12  |
| <b>Fondi raccolti (milioni di sterline)</b>                                                        | 2,68  | 2,08   | 5,4   | 7,92  |
| <b>Reddito proprio (% sul reddito totale)</b>                                                      | 40,3% | 32,27% | 33,2% | 29,7% |
| <b>Importo dei sussidi concessi (milioni di sterline)</b>                                          | 19,37 | 17,8   | 19,56 | 31,37 |
| <b>Importo dei sussidi concessi alla Collezione Nazionale del Patrimonio (milioni di sterline)</b> | 11,8  | 15,6   | 19,6  | 20,84 |

Fonte: English Heritage Annual Report &amp; Accounts 2014/15

**Box 36. Sistemi informativi per le attività e i beni culturali nel Regno Unito**

L'uso delle tecnologie digitali rappresenta una pratica sempre più diffusa per la raccolta di dati e per l'inventario dei beni mobili (libri, documenti e oggetti simili) e immobili (siti e costruzioni), che sono soggetti a deperimento.

MIDAS Heritage è lo standard britannico che stabilisce il livello minimo d'informazioni necessario per la registrazione dei beni e definisce le procedure volte alla loro descrizione, protezione e gestione. Fornisce inoltre le linee guida su come sostenere un'efficace condivisione della conoscenza, il recupero e la conservazione a lungo termine dei dati. MIDAS Heritage è disponibile gratuitamente e utilizzato da organizzazioni governative statali, autorità locali, organizzazioni del settore del patrimonio, comunità di ricerca e collaboratori professionali.

Anche le amministrazioni decentrate utilizzano strumenti digitali d'informazione sul patrimonio. Ne è un esempio PastMap, un servizio di mappatura interattivo che permette l'accesso remoto ai siti storici, archeologici, industriali e paesaggistici della Scozia. Esso riunisce informazioni e immagini da cinque database sul patrimonio, inclusi Historic Scotland, autorità locali e la Commissione Reale per i Monumenti Antichi e Storici di Scozia (RCAHMS). Historic England gestisce uno strumento simile per l'Inghilterra, chiamato PastScape.

## I Musei di Regno Unito

Esistono circa 2 500 musei e gallerie distribuiti nei quattro stati del Regno Unito. Vi sono diversi tipi di musei secondo la loro titolarità, gestione e finanziamento: Musei indipendenti (di proprietà di enti caritatevoli indipendenti); Musei locali (di proprietà della città e delle autorità locali); Musei Universitari; Musei militari e Musei Nazionali (di proprietà e finanziamento dal governo centrale attraverso il DCMS).

Secondo il sondaggio del DCMS “Take Part”, la metà degli adulti in Inghilterra ha visitato un Museo nel corso del 2014, ma si osserva una marcata differenza se si considera il gruppo socio-economico: 60% nel segmento di reddito più alto; 39% in quello più basso.

### Il Sistema di Certificazione Museale

Al 2015, si contano 1730 musei accreditati nell'ambito del sistema di certificazione dei musei<sup>165</sup>. Anche molte case storiche (ad esempio il National Trust, Historic Houses Association) sono accreditate come musei. Dal 2011 il sistema di certificazione è gestito da Arts Council England<sup>166</sup>, che collabora con le agenzie per i musei nei diversi stati: Musei, Archivi e Biblioteche Galles (CyMAL), Musei e Gallerie di Scozia e il Consiglio dei Musei dell'Irlanda del Nord.

I musei possono avere pieno accreditamento se soddisfano tutti i criteri stabiliti (nel 2015 erano il 92% dei musei) o accreditamento provvisorio, se soddisfano la maggior parte dei criteri stabiliti e lavorano attivamente per soddisfare i criteri mancanti (8% dei musei). Possono anche essere esclusi o rimossi se non rispettano i fondamenti etici e contravvengono agli standard previsti.

Tra i musei accreditati, la maggior parte si trovano in Inghilterra (1315 corrispondente al 76% dei musei della lista), dato poco sorprendente se messo in relazione alla consistenza del suo patrimonio storico-culturale e in rapporto alla densità di popolazione e alla sua estensione territoriale. Di questi 134 si trovano a Londra. In Scozia si trova il 14,7% del totale, il 5,6% Galles e il 2,5% in Irlanda del Nord. Il resto (21 musei) si trovano nell'Isola di Man e nelle Channel Island.

La maggior parte dei musei accreditati (54.4%) è gestita da enti di beneficenza indipendenti. Un terzo è di proprietà delle Autorità Locali e il 4.3% sono musei nazionali, mentre il resto include Musei Militari, Universitari, e musei gestiti da agenzie come English Heritage o Historic Scotland.

**Tabella 54. Numero di musei accreditati e tipologia nei quattro stati (2015)**

|                                 | Inghilterra | Scozia | Galles | Irlanda del Nord |
|---------------------------------|-------------|--------|--------|------------------|
| <b>Musei di Autorità locali</b> | 380         | 94     | 38     | 20               |
| <b>Musei Indipendenti</b>       | 625         | 112    | 34     | 9                |
| <b>National Trust</b>           | 126         | 9      | 12     | 7                |
| <b>Militari</b>                 | 51          | 7      | 2      | 3                |
| <b>Università</b>               | 56          | 21     | 4      | 0                |
| <b>Nazionali</b>                | 44          | 8      | 7      | 4                |
| <b>Agenzie</b>                  | 33          | 3      | 0      | 0                |
| <b>Totale</b>                   | 1315        | 254    | 97     | 43               |

Fonte: Arts Council England (2015) Statistical report: Accreditation

<sup>165</sup> I musei vengono accreditati in base a standard di qualità nazionali relativi alla gestione generale del museo, la cura delle collezioni e i servizi informativi offerti ai visitatori.

<sup>166</sup> Anteriormente gestito dal Consiglio per i Musei, Biblioteche e Archivi (MLA).

### ***I Musei del DCMS***

Il DCMS è responsabile del finanziamento diretto di 15 musei, tra cui il British Museum, la National Gallery e il Victoria and Albert Museum. La gestione di questi musei è indipendente e a carico a diversi Consigli Amministrativi.

I Musei del DCMS sono importanti attrattori per il turismo culturale Inglese. Infatti, tre dei dieci musei più visitati al mondo, e sei dei dieci più visitati nel Regno Unito, sono Musei finanziati dal DCMS e si trovano a Londra. Complessivamente, i musei del DCMS hanno ricevuto durante l'anno 2014 oltre 50 milioni di visitatori. La distribuzione delle visite mostra però una forte concentrazione di pubblico attorno a pochi musei. Infatti, il British Museum, la National Gallery e la Tate Modern insieme coprono da soli il 37% delle visite (Tabella 4). Se si considera il Museo di Storia Naturale, il quarto museo più visitato, si arriva al 48%.

La capacità attrattiva concentrata in pochi enti risulta problematico, non solo nel più ampio contesto inglese (musei di Londra versus altri musei), ma anche nell'ambito del sistema museale Londinese. Infatti, gli altri musei di Londra (i musei indipendenti, i musei finanziati dalle università o dalle autorità locali) si trovano in una situazione contraddittoria. Se da un lato la loro posizione nel sistema culturale londinese può offrire benefici in termini di potenziali visite e sponsorizzazioni, dall'altro si trovano spesso a competere con i musei nazionali, che hanno una disponibilità di finanziamenti decisamente maggiore e per la loro visibilità internazionale, riescono ad attrarre importanti sponsorizzazioni e donazioni individuali. Questa differenza nella capacità di attrarre finanziamenti si riscontra anche tra le organizzazioni nell'*inner-London* e quelle situate nell'*outer-London* (Arts and Business 2012).

Tabella 55. Musei finanziati del DCMS: i musei più visitati 2014

|                                          | Numero totale di visitatori(milioni) | % sul totale |
|------------------------------------------|--------------------------------------|--------------|
| <b>British Museum</b>                    | 6,7                                  | 13,1%        |
| <b>National Gallery</b>                  | 6,5                                  | 12,9%        |
| <b>Tate Modern</b>                       | 5,7                                  | 11,2%        |
| <b>Natural History Museum</b>            | 5,3                                  | 10,4%        |
| <b>Totale quattro musei più visitati</b> | 18,9                                 | 47,6%        |
| <b>Visite totali ai Musei del DCMS</b>   | 50,8                                 | 100%         |

\*le cifre decimali sono arrotondate

Fonte: Elaborazione a partire dai dati di DCMS (2015)

### ***Il settore museale di fronte ai tagli***

Le principali fonti di finanziamento per musei e organizzazioni del settore culturale in Regno Unito provengono da risorse pubbliche, introiti commerciali come i provenienti dalla vendita di biglietti, sovvenzioni di Fondazioni, donazioni e sponsorizzazioni.

Per fronteggiare i tagli dei governi centrali e locali particolarmente in seguito alla *Spendig Review* del 2010<sup>167</sup>, è stata avviata una ristrutturazione del settore culturale che prevede nuovi modelli di funzionamento, puntando alla diversificazione delle fonti di finanziamento, l'incremento del reddito percepito, e il rafforzamento della filantropia.

Nel 2011 sono state annunciate una serie di misure per incoraggiare la filantropia nel settore museale, inclusi nuovi incentivi per la donazione di beni culturali e opere artistiche. A questo proposito nel 2012 è stato implementato il “*Cultural Gifts Scheme*” e incrementato il tetto massimo annuale per le donazioni. I nuovi incentivi fiscali intendono aumentare le collezioni dei musei a costo zero.

Altre misure per contrastare i tagli sono il Fondo di Resilienza per i Musei, istituito nel 2014, e il programma *Major Partnership Museums* (MPM), istituito nel 2012. Il Fondo ha come obiettivo supportare i musei a diventare imprese sostenibili e resilienti, e conta un budget di 10 milioni di sterline annuali per il 2015 e per i due anni successivi. Il MPM, invece, incoraggia i musei ad una gestione in rete e ad attivare partenariati per un migliore utilizzo delle risorse. Il DCMS ha lavorato con musei e gallerie per incoraggiare una gestione flessibile e ha attuato un pacchetto di misure per aumentare la loro flessibilità finanziaria e operativa.

### **Finanziamento pubblico alla cultura**

I fondi del Governo centrale sono la fonte di finanziamento principale per il settore culturale nelle quattro nazioni. Sono allocati dal DCMS<sup>168</sup> e distribuiti alle amministrazioni decentrate secondo la Disposizione Nazionale (National Settlement) e il decentramento dei poteri in cui rientra anche la competenza della redistribuzione dei fondi. Il governo centrale alloca quindi i fondi in un unico blocco, sono poi le singole nazioni a stabilire le modalità di spesa. A questo proposito è importante ricordare il fisco non è

<sup>167</sup> Una ricerca fatta del *Museums Association* (2012) ha esplorato gli impatti dei tagli nei musei d'Inghilterra e le diverse strategie da essi adottate: riduzione di personale, limite di accesso a determinati siti o collezioni, aumento degli sforzi verso la generazione d'incassi e la raccolta di fondi. Si veda <http://www.museumsassociation.org/download?id=770702>

<sup>168</sup> I fondi allocati al DCMS e agli altri Dipartimenti Ministeriali sono determinati dal Ministero di Economia e delle Finanze (HM Treasury) e dal Cancelliere.

una competenza devoluta, perciò le amministrazioni decentrate dipendono dai fondi del governo centrale per l'erogazione di servizi pubblici.<sup>169</sup>

La tabella 5 mostra la spesa del DCMS per nazione e la sua evoluzione negli ultimi anni. Nell'ultimo anno, le spese per l'Inghilterra, la Scozia e per i territori al di fuori del Regno Unito sono state ridotte, mentre le spese per Galles e Irlanda del Nord sono state incrementate. Inoltre risulta chiaramente che più dell'83% della spesa complessiva è stata destinata all'Inghilterra nell'ultimo anno.

**Tabella 56. Spesa del DCMS nazione (2013-2014) (milioni di sterline)**

|                                    | 2013  | 2014  |
|------------------------------------|-------|-------|
| <b>Inghilterra</b>                 | 2 780 | 2 417 |
| <b>Scozia</b>                      | 189   | 171   |
| <b>Galles</b>                      | 176   | 193   |
| <b>Irlanda del Nord</b>            | 52    | 84    |
| <b>Totale Regno Unito</b>          | 3 198 | 2 865 |
| <b>Extra Regno Unito</b>           | 196   | 164   |
| <b>Spesa identificabile totale</b> | 3 394 | 3 028 |
| <b>Spesa non-identificabile*</b>   | 3 778 | 3 398 |
| <b>Spesa totale</b>                | 7 172 | 6 427 |

\*non attribuibile a una sola nazione

Fonte: DCMS (2015) Annual Report and Accounts

Dal budget del DCMS, la maggior parte è destinata ad agenzie e organismi pubblici. Nel 2014, alcune delle sovvenzioni del DCMS alle agenzie sono state ridotte rispetto all'anno precedente, anche se non in misura consistente. È il caso della British Library e del British Museum, (ridotti rispettivamente dell'1.5% e dell'1.7%). Arts Council England ha ricevuto circa 448 milioni di sterline (-2.4%). Anche il budget destinato alla BBC si è ridotto del 6.3%. Una riduzione più importante ha subito il British Film Institute (-36%). Contrariamente, la sovvenzione alla Tate Gallery è cresciuta di 32% e quella dell'English Heritage (EH) è passata da circa 100 milioni di sterline a 181 milioni, parte dei quali (19.37 milioni di sterline) sono stati stanziati per sovvenzionare altre organizzazioni culturali a livello regionale.

La tabella sotto mostra la spesa del DCMS per il 2013 e il 2014. Il budget per l'ultimo anno è leggermente più elevato, anche se la spesa in alcuni settori, come musei biblioteche e archivi, è stata ridotta (-6%). Questi dati mostrano anche una pesante riduzione nel settore artistico.

<sup>169</sup> Soltanto il parlamento Scozzese ha la possibilità di variare il tasso base dell'Imposta sul Reddito, ma questa competenza non è mai stata applicata.

Tabella 57. Spesa del DCMS, 2013 e 2014 (migliaia di sterline)

|                                                 | 2013             | 2014             |
|-------------------------------------------------|------------------|------------------|
| <b>Musei, Biblioteche e Archivi</b>             |                  |                  |
| Supporto al settore musei e gallerie            | 16 267           | 16 003           |
| Agenzie sovvenzionate, Musei e gallerie         | 354 959          | 329 932          |
| Agenzie sovvenzionate, Biblioteche              | 101 374          | 98 369           |
| <b>Arti e Cultura</b>                           |                  |                  |
| Supporto al settore artistico                   | -67 219          | -58 465          |
| Agenzie sovvenzionate                           | 442 838          | 433 475          |
| <b>Sport</b>                                    |                  |                  |
| Supporto al settore sport                       | 21 147           | 18 075           |
| Agenzie sovvenzionate                           | 114 967          | 113 206          |
| <b>Patrimonio</b>                               |                  |                  |
| Supporto al settore patrimonio                  | 16 690           | 29 456           |
| Agenzie sovvenzionate                           | 92 975           | 122 768          |
| Parchi reali                                    | 13 637           | 14 600           |
| <b>Turismo</b>                                  |                  |                  |
| Supporto al settore turismo                     | 10               | -200             |
| Agenzie sovvenzionate                           | 48 200           | 46 502           |
| <b>Media</b>                                    |                  |                  |
| Supporto ai settori telecomunicazioni e media   | 12 063           | 34 551           |
| Agenzie sovvenzionate                           | 96 731           | 84 181           |
| <b>Altri</b>                                    |                  |                  |
| Amministrazione e ricerca                       | 34 863           | 39 211           |
| Supporto al settore ippico e al gioco d'azzardo | -1 603           | -843             |
| Commissione Gioco d'azzardo                     | 3 097            | 1 449            |
| Olimpiade (legacy programmes)                   | -18 083          | -33 823          |
| London 2012                                     | -29 477          | 55 715           |
| Ufficio governativo per l'uguaglianza           | 7 298            | 12 059           |
| Commissione per l'uguaglianza e i diritti umani | 19 230           | 19 388           |
| Gestione dello spettro elettromagnetico         | -54 535          | -52 594          |
| <b>Totale</b>                                   | <b>1 225 429</b> | <b>1 323 015</b> |

Fonte: DCMS (2015)- Annual Report and Accounts 2014-2015

Il budget del DCMS continuerà a essere ridotto per contribuire alla riduzione del debito (HM Treasury, 2015). Questo determinerà, a cascata, una crescente necessità delle organizzazioni di diversificare le fonti di finanziamento, determinando una tendenza che sarà sempre più un'aspettativa da parte delle amministrazioni nei confronti degli enti culturali piuttosto che un'opzione.

Poiché i finanziamenti provengono dal governo centrale, anche i bilanci delle amministrazioni decentrate risentono dei tagli e delle misure di austerità del Governo britannico. Di conseguenza, anche nelle

nazioni si promuovono nuovi modelli per colmare i deficit di bilancio in un'ottica di sostenibilità. In Scozia, una delle priorità dell'agenzia esecutiva per la tutela del patrimonio storico (*Historic Scotland*) è il programma di fusione con la Commissione Reale sui Monumenti Antichi e Storici della Scozia (RCAHMS). In questo panorama anche il finanziamento proveniente dalla Lotteria diventa una risorsa di vitale importanza per sostenere la cultura, inclusi molti progetti più piccoli che permettono di mantenere una certa offerta anche in piccoli comuni. Inoltre, si sta andando verso un maggiore coinvolgimento del Regno Unito a livello comunitario per ottenere una quota maggiore di finanziamenti e orientare gli obiettivi strategici dell'UE.

La sensibilità delle organizzazioni decentrate per il settore culturale è sicuramente maggiore rispetto al Governo del Regno Unito e questo si spiega in parte con l'attaccamento alle tradizioni culturali distintive di ogni paese e in parte con la volontà di intercettare le ricadute sociali ed economiche generate dalla cultura, dalla gestione di grandi iniziative culturali, alle opere architettoniche.

### ***Altre fonti di finanziamento***

Agenzie come la Lotteria Nazionale e l'Heritage Lottery Fund stanno occupando un ruolo crescente nel finanziamento alla cultura e ai progetti di tutela del patrimonio in tutto il Regno Unito.

La cultura è infatti una delle principali cause supportate dalla Lotteria Nazionale. Dalla sua creazione nel 1994, ha allocato circa 2 miliardi di sterline, finanziando ambiziosi progetti, come la Tate Modern, e un'ampia gamma di iniziative artistiche. La Lotteria alloca fondi a 12 enti che decidono autonomamente quali progetti finanziare,<sup>170</sup> e mette a bilancio finanziamenti di dimensioni variabili per garantire anche piccole sovvenzioni, molto importanti a livello locale.

L'Heritage Lottery Fund (HLF) distribuisce i finanziamenti della Lotteria Nazionale a progetti correlati al patrimonio culturale. Dalla sua creazione nel 1994, ha finanziato oltre 43,000 progetti in tutto il Regno Unito, per un valore che supera i 6.7 miliardi (HLF, 2015). L'ammontare maggiore va al patrimonio edificato (1.9 miliardi di sterline dal 1994 al 2012); il secondo settore che riceve più risorse è quello museale, degli archivi e biblioteche (1.4 miliardi nello stesso periodo), mentre un ammontare molto inferiore è destinato al patrimonio immateriale (258 miliardi).

In Inghilterra, l'abolizione delle Agenzie Regionali di Sviluppo nel 2010 ha innescato grandi cambiamenti nell'accesso ai finanziamenti per progetti riguardanti il patrimonio. Al loro posto sono state istituite le *Local Economic Partnerships* (LEPs) che non hanno la rigenerazione del patrimonio tra i principali ambiti del loro mandato e quindi questo filone di progetti<sup>171</sup> rischia di essere penalizzato rispetto al sostegno finanziario di cui godeva quando era gestito dalle Agenzie Regionali, in collaborazione con le autorità locali e il terzo settore.

Anche altri Ministeri concorrono al finanziamento delle arti, della cultura e del patrimonio, attraverso sovvenzioni a progetti specifici. Una lista<sup>172</sup> di Arts England rileva una ventina di bandi di finanziamento culturale provenienti da diversi Dipartimenti Ministeriali, ad esempio dal Ministero per la Giustizia, Ministero d'Istruzione, dall'Ufficio per l'Uguaglianza, e dal Dipartimento per i governi locali (DCLG).

<sup>170</sup> Tra le agenzie distributrici dei fondi della Lotteria si trovano, come visto in precedenza, le agenzie di sviluppo per le arti (Creative Scotland, Art Council Wales, ecc.) nonché il British Film Institute, il Heritage Lottery Fund e altri enti per la promozione dello sport.

<sup>171</sup> I progetti riguardavano principalmente siti minori come case storiche, mulini ecc. il cui finanziamento non è più assicurato.

<sup>172</sup> <http://www.artscouncil.org.uk/funding/apply-funding/other-sources-of-arts-funding/> **Error! Hyperlink reference not valid.**

## Quadro di riferimento per il coinvolgimento del settore privato

I tagli e le misure di austerità, che continueranno almeno fino al 2018, hanno costretto le organizzazioni culturali a diventare finanziariamente più indipendenti, aumentare i ricavi, migliorare le strategie di raccolta fondi e attirare più donazioni private.

Per favorire il coinvolgimento del settore privato nel finanziamento alla cultura, il governo del Regno Unito ha messo in atto diversi meccanismi. Alcuni mirano ad arricchire le collezioni museali a costo zero, altri a incentivare l'investimento privato nel restauro del patrimonio culturale e favorire le donazioni per organizzazioni caritative. Di seguito si riportano le misure e i meccanismi più importanti.

### *Incentivi alla donazione di oggetti culturali*

Il *Cultural Gifts Scheme (CGS)* è un'agevolazione fiscale che incentiva i privati e gli artisti a donare in vita delle opere artistiche di particolare valore. Il tetto massimo degli sgravi fiscali per individui donatori corrisponde al 30% del valore dell'oggetto donato, da portare in detrazione sull'Imposta sul reddito o sull'imposta sulle plusvalenze (*Capital Gains Tax*). Per le imprese invece, la riduzione corrisponde al 20% del valore dell'oggetto donato sull'imposta sulle società. Gli oggetti ricevuti con questo regime sono assegnati ai Musei e organizzazioni culturali idonee, in tutto il Regno Unito, capaci di garantire l'accesso al pubblico.

Un altro incentivo è lo schema *Acceptance in Lieu Scheme (AIL)*, che permette ai privati di donare opere d'arte, beni mobili, edifici d'importanza storica e terreni, come pagamento dell'imposta sulle successioni. (*Inheritance Tax*<sup>173</sup>). Al contribuente che accetta lo schema AIL viene riconosciuto il valore pieno che il bene avrebbe sul mercato. L'incentivo di questo schema è la garanzia di vedere apprezzato il proprio patrimonio del 17% se offerto come sostituzione dell'imposta invece che venduto sul mercato allo stesso prezzo.<sup>174</sup>

Dal 2004 al 2014, attraverso gli schemi CGS e AIL sono stati accettati 330 casi di donazioni, con un valore complessivo di 269.2 milioni di sterline e un ammontare delle imposte arretrate equivalenti a 167.8 milioni di sterline (Arts Council, 2014). Entrambi gli schemi operano con un tetto annuo massimo di 40 milioni di sterline (in precedenza 30 milioni, aumentato recentemente).<sup>175</sup>

### *Incentivi alla ristrutturazione e manutenzione del patrimonio*

L'agevolazione *Memorials Grant Scheme* sovvenziona l'IVA su progetti di costruzione, restauro e manutenzione di monumenti pubblici e siti commemorativi. Lo schema è amministrato dal DCMS per tutto il Regno Unito, e opera con un budget annuale di circa mezzo milione di sterline.

Un meccanismo simile è lo schema per i Luoghi di Culto Registrati (*Listed Places of Worship Grant Scheme*) per i lavori di restauro e tutela di luoghi di culto e chiese registrate nelle diverse liste nazionali del Regno Unito. Il valore minimo dei lavori effettuati deve essere di mille sterline, IVA esclusa.

### *Donazioni ad organizzazioni caritativevoli*

Gli enti caritevoli sono esenti del pagamento delle imposte sul reddito se i guadagni sono utilizzati a scopi caritativi. Nelle donazioni a favore di un ente caritevole, la quota equivalente all'imposta sul reddito

<sup>173</sup> Questa tassa si applica sui beni che superano le £ 325,000 sterline. Con lo schema AIL Invece di pagare questa imposta, si possono donare beni artistici ricavando un guadagno maggiore.

<sup>174</sup> Ad esempio, se il contribuente decide di vendere un oggetto valutato dal mercato 100 sterline, deve pagare il 40% del suo valore come imposta sulle successioni, ricavando solo 60 sterline. Se per lo stesso bene si utilizza lo schema AIL, il 25% dell'imposta viene restituita al contribuente, con la conseguenza che il bene in questo caso ha un valore di 70 sterline (16.6% in più).

<sup>175</sup> Ciò significa che il valore ammissibile in sostituzione d'imposta per entrambi i regimi insieme non può superare i 40 milioni in ogni anno fiscale.

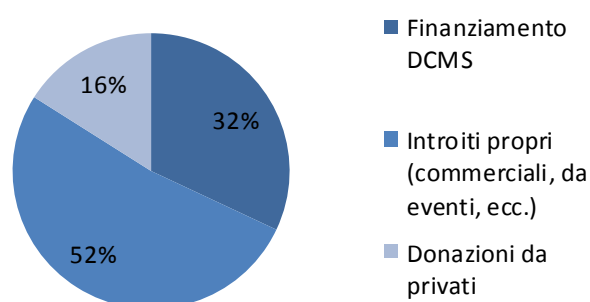
può essere recuperata dal donatore individuale o dall'ente che riceve la donazione. Un meccanismo di uso comune è lo schema “*Gift Aid*”, in cui gli enti di beneficenza registrati possono recuperare le imposte dei donatori, ovvero l'equivalente al 25% della somma ricevuta. Ciò significa che 1 sterlina donata vale 1.25 per attraverso questo sistema, mentre per il contribuente non ha nessun costo extra.

Le imprese che donano ad enti caritatevoli beneficiano anche delle deduzioni sulle imposte sulle società. Le donazioni possono essere in denaro o in natura, ad esempio donando i loro prodotti. Un'altra modalità attraverso la quale le imprese possono ottenere benefici fiscali è distaccando temporaneamente i propri impiegati come volontari in un ente caritevole, ai quali viene regolarmente riconosciuto lo stipendio da parte dell'impresa.

I benefici fiscali a disposizione degli enti caritatevoli sono uno strumento utilizzato dal Governo britannico per incoraggiare nuovi modelli di funzionamento delle organizzazioni culturali pubbliche. Le sponsorizzazioni sono generalmente offerte a breve termine e associate a progetti specifici, non garantiscono quindi all'organizzazione ricevente una certa sostenibilità economica né la possibilità di fare piani a lungo termine.

Nel 2013, le venti organizzazioni culturali finanziate dal DCMS<sup>176</sup>, tra cui i musei nazionali più importanti ed enti come *Arts Council England*, e il *British Film Institute*, hanno ricevuto collettivamente un valore totale di 476 milioni di sterline in donazioni (in contanti e oggetti) e sponsorizzazioni da privati (+ 128 milioni di sterline rispetto all'anno precedente). Questa cifra rappresenta complessivamente il 16% delle risorse di queste istituzioni. Il resto proveniva per il 32% dal DCMS e per il 52% da introiti propri (quote di ammissione, incassi commerciali, eventi, reddito d'investimento ecc.).

**Figura 6. Composizione degli introiti delle organizzazioni culturali finanziate dal DCMS (2013)**



Fonte: DCMS (2014) *Charitable Giving Indicators 2013/14*

Da un'analisi pluriennale si osserva che le donazioni e sponsorizzazioni private a favore di queste organizzazioni negli ultimi anni sono in forte crescita sostenuta, con un lieve calo nell'anno 2012 per poi risalire considerabilmente nell'anno successivo.

<sup>176</sup> La lista completa delle organizzazioni è disponibile al seguente link: [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/378791/Charitable\\_Giving\\_Indicators\\_2013-14.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/378791/Charitable_Giving_Indicators_2013-14.pdf)

**Tabella 58. Evoluzione delle donazioni ricevute dalle organizzazioni culturali finanziate dal DCMS (2009-2014)**

| 2009  | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| £236m | £250m | £357m | £348m | £476m |

Fonte: DCMS (2014) Charitable Giving Indicators 2013/14

Avere un quadro completo delle attività di fundraising nelle organizzazioni culturali non è semplice. Il settore mostra una forte polarizzazione tra un numero relativamente piccolo di grandi organizzazioni importanti o a carattere nazionale che dispongono di una quantità considerevole di risorse e una maggiore capacità di raccogliere fondi, e dall'altro lato, molte piccole (spesso piccolissime) organizzazioni e associazioni a livello locale. Mentre la raccolta sistematica di dati sulle donazioni e le attività di *fundraising* sono ormai un'abitudine per le prime, per le seconde è meno comune.

I sondaggi annuali di Arts & Business, su un campione di mille organizzazioni culturali, intendono stimare la composizione del finanziamento culturale nel Regno Unito, con un'enfasi particolare sui contributi privati (tabella 8). I risultati per l'anno 2010 concludono che il 51.5% dei finanziamenti delle organizzazioni rispondenti provengono da fonte pubblica, il 36.5% sono redditi percepiti e il 12% provengono da investimenti privati. Da questo si evince che le grandi organizzazioni nazionali menzionate sopra (finanziate dal DCMS) hanno una maggior capacità di produrre introiti propri.

Nell'ambito dei finanziamenti privati, le donazioni individuali hanno un peso importante (56% sul finanziamento privato e 7 % sul totale del finanziamento). Per quanto riguarda la distribuzione geografica dei contributi privati, il 71% si concentra a Londra, il 18% in Inghilterra, il 7% in Scozia, il 3% nel Galles, e meno dell'1% nell'Irlanda del Nord. Dallo studio di Art&Business realizzato solo sull'Inghilterra, risulta che il 90% delle donazioni private è destinato a organizzazioni Londinesi (Art & Business, 2012). Da queste cifre emerge nuovamente la forte concentrazione geografica dei finanziamenti all'arte e cultura nella capitale inglese. Mentre le donazioni individuali tendono a concentrarsi maggiormente a Londra, molte fondazioni e fondi fiduciari riconoscendo questo squilibrio tendono ad indirizzare i loro contributi al di fuori della capitale per avvantaggiare anche altre regioni.

**Tabella 59. Finanziamento privato alle arti e cultura in Regno Unito 2010**

| Tipo di Finanziamento                               | Valore assoluto (milioni di sterline) | Percentuale sul finanziamento privato | Percentuale sul totale (inclusi fondi pubblici e introiti propri) |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| <b>Imprese (membership, sponsorizzazioni, ecc.)</b> | 133,2                                 | 19,44%                                | 2,33%                                                             |
| <b>Fondazioni e Fondi Fiduciari</b>                 | 170,3                                 | 24,83%                                | 2,98%                                                             |
| <b>Donazioni individuali</b>                        | 382,2                                 | 55,73%                                | 6,68%                                                             |
| <b>Totale</b>                                       | 685,7                                 | 100%                                  | 12%                                                               |

Fonte: Art and Business (2012)

Nel più ampio panorama delle donazioni filantropiche individuali in Gran Bretagna, la cultura e le arti rimangono tuttavia l'ultima scelta dei donatori, che preferiscono sostenere cause come la ricerca medica, l'infanzia, gli ospedali e cause ambientaliste. Secondo l'indagine *UK Giving*<sup>177</sup>, solo il 2% dei donatori ha destinato fondi all'arte nel 2014, rappresentando l'1% del totale dei fondi destinati a enti caritatevoli (UK Giving 2014).

177 Indagine seguita dal Consiglio Nazionale per il Volontariato (NCVO) e la Fondazione per l'Aiuto Caritativo (CAF).

## Fondi Europei per il settore culturale

Nel corso degli ultimi anni, data la diminuzione dei finanziamenti nel Regno Unito, i fondi provenienti dall'UE sono diventati molto importanti per la cultura e i settori collegati. L'Ufficio di Programmazione britannico riceve una dotazione di fondi strutturali con sottoprogrammi di assegnazione alle amministrazioni decentrate secondo una formula Europea. A loro volta, le amministrazioni decentrate sono responsabili dell'attribuzione e gestione dei fondi strutturali nei propri territori. Per il ciclo 2014-2020, il governo del Regno Unito ha riformulato la distribuzione dell'ammontare dei fondi agli stati, puntando a ridurre l'impatto dei tagli. Nell'insieme il governo britannico sostiene:

- L'Irlanda del Nord, con una dotazione complessiva di circa 457 milioni di euro, un incremento di 181 milioni rispetto a quanto l'Irlanda del Nord avrebbe ricevuto sotto la formula europea per l'assegnazione dei fondi per il Regno Unito.
- La Scozia, con un finanziamento complessivo di circa 795 milioni di euro (+ 228 milioni rispetto ai fondi che la Scozia avrebbe ricevuto sotto la formula europea).
- Il Galles, con stanziamento complessivo di circa 2,145 miliardi di euro (+375 milioni di euro rispetto all'importo che il Galles avrebbe ricevuto sotto la formula europea).
- L'Inghilterra, con una dotazione complessiva di 6 174 miliardi di euro.

Le cifre precise dei fondi europei destinati alla cultura sono difficili da estrapolare dai documenti pubblicati e rappresentano una minima parte del totale. Certamente sono stati realizzati progetti significativi con fondi dell'UE, e un sempre maggior numero di organizzazioni culturali guarda all'UE. Il Regno Unito mostra un'elevata capacità di attrarre fondi Europei per la Cultura: nel 2012 il tasso di successo è stato del 46%; quasi il doppio del tasso medio per l'insieme dei paesi finanziati (24%) e il secondo maggiore dopo la Germania (Commissione Europea, 2013).

Tra il 2007 e il 2011, più di 200 soggetti nel Regno Unito hanno ricevuto finanziamenti dai programmi Europei per la Cultura. Solo nel 2013, 46 organizzazioni britanniche hanno ricevuto il sostegno del Programma Cultura per un valore di 5 milioni di euro. Il programma Media è stato importante per il settore audiovisivo. Dal 2007 al 2012, le imprese cinematografiche britanniche hanno ricevuto oltre 48 milioni di euro da questo programma, più altri 38.5 milioni di euro che hanno supportato l'uscita di film britannici nelle sale cinema europee. Tuttavia, mettendo in relazione i diversi finanziamenti al settore, si evince che il programma MEDIA rappresenta soltanto una piccola quota (2% del totale nel 2011), mentre i contributi maggiori provengono dagli sgravi fiscali per il cinema (58.5%), della Lotteria Nazionale (14%), dal DCMS (11%) tramite il British Film Institute e da altri enti nonché da case di produzione come Film4 e BBC Films (HM Treasury, 2014).

Oltre ai fondi specifici per la cultura, altri finanziamenti provengono dall'Obiettivo Convergenza attraverso il Fondo di Coesione e i Fondi Strutturali (FERS e FSE) e da programmi specifici come i LEADER. Esempi di progetti finanziati con risorse europee sono descritti nei box 3, 4 e 5.

La gestione del patrimonio culturale è una delle priorità d'investimento dei fondi comunitari. Il Regno Unito è riuscito ad accedere a finanziamenti significativi che ha utilizzato come parte di un mix di risorse che comprende fondi del Regno Unito e dei governi decentrati, fondi della lotteria nazionale, donazioni private e fondi raccolti nelle comunità. Le iniziative di programmazione congiunta permettono di legare il patrimonio culturale e la conservazione all'innovazione tecnologica e allo sviluppo economico. Esse consentono di applicare la ricerca alla tutela del patrimonio culturale attraverso un approccio multidisciplinare che coinvolge la scienza, l'ingegneria, la tecnologia, la conservazione e la cultura in uno spazio multi-frame chiamato Area Scientifico-Culturale, parte integrante dell'Area Europea della Ricerca.

### Box 37. Iniziative culturali finanziate con fondi dell'Unione Europea: Turismo culturale in Galles

Il Governo gallese gestisce un progetto Leader per sviluppare il turismo culturale in Galles, finanziato in gran parte dal Governo gallese e dai fondi di convergenza dell'UE. Il progetto mira a massimizzare il valore economico del patrimonio, aumentando il numero, la durata e la spesa dei visitatori aprendo ad un pubblico più ampio il patrimonio culturale, rendendolo più attrattivo sia nei confronti dei visitatori sia per chi vive in Galles.

I partner del progetto sono l'ente nazionale gallese per il turismo (Visit Wales Tourism); il Consiglio per le Campagne del Galles (Countryside Council for Wales); il Parco Regionale delle Valli (Valleys Regional Park); e l'Agenzia per l'Ambiente (Environment Agency), che lavorano insieme per sviluppare un approccio strategico coordinato per utilizzare i fondi disponibili nell'ambito dei programmi di convergenza.

Questo progetto sul turismo culturale ha concorso con successo all'assegnazione dei Finanziamenti Convergenza nell'ambito della priorità 4, Tema 3, Ambiente per la Crescita (E4G). Il progetto conclusosi nel 2014 ha avuto un budget di 19 milioni di sterline, di cui 8,5 milioni di sterline provenienti da fondi europei e 7,6 milioni di sterline dal Governo del Galles. Il budget rimanente proviene dai partner che hanno realizzato il progetto.

Il progetto ha collaborato con le comunità e col settore turistico in tutto il Galles per migliorare l'esperienza dei visitatori e fornire una gamma più integrata di attività turistico-culturali, come lo sviluppo di itinerari, percorsi e pacchetti storici e culturali. L'intenzione era di collegare i singoli siti culturali con altre attrazioni in una prospettiva di sistema culturale territoriale e di utilizzare i siti più importanti e iconici come piattaforme verso altre attrazioni per lo sviluppo dell'intero patrimonio regionale. A tal fine sono state elaborate narrazioni e temi interpretativi più ampi riguardanti il patrimonio culturale del Galles.

Il progetto si proponeva inoltre di migliorare l'accesso ai siti culturali con lo scopo di attrarre un maggior numero di visitatori anche sviluppando diverse tecniche di marketing.

### Box 38. Iniziative culturali finanziate con fondi dell'Unione Europea: I partner del progetto ALTERheritage Project, Inghilterra

Il *Churches Conservation Trust* (CCT) è un'organizzazione benefica leader a livello nazionale che protegge e apre al pubblico 342 chiese d'Inghilterra d'importanza architettonica, archeologica o storica non più utilizzate per il culto. Tutte le chiese attribuite al CCT sono protette, per lo più come bene di primo grado (il più alto livello nazionale di protezione), mentre alcune sono catalogate come monumenti antichi.

Tra il 12 e il 14 marzo 2014, il CCT ha ospitato delegati provenienti da tutta Europa per presentare il lavoro con le comunità in un seminario su come ampliare l'uso di edifici storici religiosi. Funzionari della squadra di rigenerazione hanno presentato il Toolkit del Piano Industriale di Rigenerazione, raccontando anche come funziona il loro lavoro con i volontari. Questo seminario è stato parte di ALTERheritage, un programma finanziato dall'Unione Europea (programma Leonardo) su scambi di esperienze sotto la guida di *Future for Religious Heritage* (FRH), una rete europea di organizzazioni che proteggono edifici religiosi di valore storico.

Un totale di venti delegati europei provenienti da Svezia, Belgio, Paesi Bassi, Germania, Norvegia e Spagna hanno partecipato e condiviso le proprie esperienze di lavoro con le comunità e discusso come estendere l'uso dei siti del patrimonio religioso.

Il CCT è un membro fondatore di FRH, e si sforza di promuovere le migliori pratiche nella cura degli edifici storici religiosi mentre ALTERheritage si focalizza sulla condivisione di strumenti professionali per la valutazione e la pianificazione.

ALTERheritage ambisce a mettere a disposizione il materiale esistente per l'apprendimento professionale sulla conservazione del patrimonio religioso e di gestione di una quota maggiore del settore in Europa. Il settore ha molto da guadagnare da una maggiore scambio internazionale e intersettoriale per trovare buone pratiche per lo sviluppo delle competenze degli addetti ai lavori.

### **Box 39. Rigenerazione urbana attraverso il programma Liverpool Capitale Europea della Cultura (CEc) 2008, valutazione e alcuni risultati**

Già prima del programma CEC, il governo di Liverpool aveva avviato programmi di rigenerazione urbana per affrontare gli impatti della crisi economica e la vulnerabilità di alcuni quartieri. La città ha beneficiato anche di altri programmi del governo britannico e dell'UE aventi lo stesso scopo.

L'aspirazione di rigenerare la città è stata una priorità centrale nella visione, nella proposta e nella realizzazione di Liverpool CEC 2008. La tematica centrale della candidatura è stato riassunto nello slogan "Creare, Partecipare e Rigenerare".

Valutazione: Incaricati dal Consiglio comunale di Liverpool, il gruppo Impacts 08 della Università di Liverpool e la Liverpool John Moores University hanno avviato uno studio longitudinale dal 2005 al 2010 per valutare gli impatti del programma. Le metodologie usate sono state: interviste, analisi d'impatto mediatico, studi quantitativi e qualitativi, valutazione periodica di fonti secondarie, fonti nazionali e internazionali.

Temi e risultati valutati:

- Accesso culturale e partecipazione: Dal 2006 al 2008, + 10% annuale nel pubblico locale per eventi culturali e musei.

- Economia e turismo: 9.7 milioni di turisti aggiuntivi a Liverpool spinti dall'CEc, con un impatto economico di £753.8m di spese dirette.

- Vitalità culturale e sostenibilità: +84% di finanziamento del comune di Liverpool al settore culturale e artistico tra il 2002 e il 2008.+ 8% d'impresе culturali e creative dal 2004 al 2008. I professionisti intervistati segnalano che la CEC ha aumentato la credibilità del settore con effetti positivi a lungo termine per le loro imprese.

- Immagine e percezione: Dal 2005 al 2008, gli abitanti di Regno Unito con un'immagine positiva di Liverpool sono cresciuti del 7%

- Infrastrutture: Costruzione e rinnovo di infrastrutture come il St George's Hall, l'Arena e il Convention Centre e lo sviluppo del centro commerciale Liverpool ONE.

- Governance del processo: attivazione di partenariati tra il settore pubblico, privato e associativo. Il programma ha ricevuto una quantità di sponsorizzazione e generato incassi più alti delle precedenti edizioni del programma CEC in altre città.

## **Industrie creative**

### ***Governance e politiche settoriali***

Il DCMS definisce le industrie creative come quelle industrie "che hanno la loro origine nella creatività, abilità e talento individuali, e il cui potenziale in termini di ricchezza e occupazione risiede nella proprietà intellettuale". L'origine del concetto, che ha sostituito il termine di "industrie culturali" usato in precedenza, si trova nella decisione del neo-eletto governo britannico laburista di stabilire la Creative Industries Task Force (CITF) come una delle principali attività del suo nuovo Dipartimento della Cultura, Media e lo Sport (DCMS) nel 1998.

In questo anno il Regno Unito è stato il primo a mappare le attività creative e a definire il settore, attraverso il documento "Creative Industries Mapping" elaborato dal DCMS. La circoscrizione del campo rispondeva alla necessità di produrre stime economiche sulla performance delle ICCs. All'epoca si includevano tredici settori, ristretto a 9 nel 2014 dopo l'esclusione di alcuni settori di minore rilevanza<sup>178</sup>. Il

<sup>178</sup> Attualmente, i nove settori che rientrano nelle industrie creative sono: 1) pubblicità e marketing 2) architettura 3) artigianato 4) design e moda 5) cinema, TV, video, radio e fotografia 6) IT, software e servizi computazionali 7) editoria 8) musei gallerie e biblioteche e 9) musica, arti visive e arti performative.

documento, pioniere nel suo genere, è diventato modello per numerosi studi successivi commissionati dai governi nazionali (come l'Australia e la Nuova Zelanda) regionali e urbani (Cunningham, Stuart, Higgs, 2008).

Circoscrivere formalmente il comparto è risultato utile per lo sviluppo delle ICCs britanniche. Non solo ha comportato una migliore conoscenza del settore per la formulazione di politiche ad hoc, ma ha anche permesso di meglio stimare il suo peso nell'insieme dell'economia, stimolando l'interesse politico verso il settore. Infatti, questa consapevolezza ha visto la moltiplicazione di iniziative e politiche di supporto a diversi livelli. Per alcuni autori, è stato proprio il "re-branding", col passaggio dal termine 'industrie culturali' a 'industrie creative', termine con una maggiore connotazione commerciale, a richiamare l'attenzione dei policy makers e a permettere la proliferazione delle iniziative riguardanti le ICCs (Pratt, 2004).

Il DCMS coniando il termine "economia creativa" si è posto l'obiettivo di rendere il Regno Unito centro creativo e culturale a livello mondiale. Anche il Dipartimento per le Imprese, l'Innovazione e le Competenze (BIS) ha competenze specifiche nel settore delle ICCs, in particolare in materia di formazione e di proprietà intellettuale.

Il Regno Unito riconosce il potenziale delle ICCs non solo per la crescita interna, ma anche lo sviluppo di questo mercato a livello internazionale. Il Dipartimento per il Commercio e gli Investimenti (UKTI) che si occupa dell'esportazione di beni e servizi creativi, ha elaborato l'attuale strategia di commercio estero per le ICCs britanniche che punta a duplicare il valore dell'esportazione di beni e servizi creativi entro il 2020 e ad incrementare la quota d'investimenti diretti esteri.

In Inghilterra, l'agenzia Creative England è incaricata di stimolare la crescita delle ICCs, fornendo investimenti e prestiti alle imprese nonché attività di consulenza e accompagnamento. L'agenzia mobilita soldi pubblici e privati attraverso partenariati con il governo centrale, investitori privati, autorità locali e Università.

Nel 2014 è stata realizzata dal Consiglio delle Industrie Creative la strategia settoriale "CreateUK"<sup>179</sup>, che elabora una visione del settore fino al 2020 e fornisce delle raccomandazioni per allinearsi a quegli obiettivi. Il Consiglio è un forum congiunto tra industrie e governo, il cui lavoro si concentra nel rimuovere i fattori che ostacolano lo sviluppo del settore.<sup>180</sup>

Il Consiglio identifica l'accesso al finanziamento come uno dei grandi freni per la crescita del settore, in particolare per la presenza maggioritaria di piccole imprese (*tabella 61*) che fanno fatica a crescere, a internazionalizzarsi e a mantenere la proprietà intellettuale nel Regno Unito. Più che una mancanza d'investimenti iniziali di tipo *seed-capital*, si segnala l'insufficienza di prestiti e finanziamenti privati destinati alla crescita delle imprese. Questo stato di cose è aggravato dalla difficoltà da parte degli investitori di comprendere i business model creativi, in larga misura dovuta all'incapacità del settore di specificare e quantificare e il valore prodotto.

Il documento non suggerisce di aumentare il finanziamento pubblico, ma si concentra sulla necessità di attivare politiche per l'espansione dei finanziamenti privati, così come di migliorare le competenze manageriali e commerciali tra i creativi. A tal fine, il Consiglio raccomanda al governo di sviluppare programmi per collegare la formazione col mondo del lavoro (in particolare attraverso tirocini pagati) e d'incrementare l'offerta formativa legata alle nuove professioni creative.

<sup>179</sup> Il documento si trova su: [http://www.thecreativeindustries.co.uk/media/243587/cic\\_report\\_final-hi-res-.pdf](http://www.thecreativeindustries.co.uk/media/243587/cic_report_final-hi-res-.pdf)

<sup>180</sup> Il Consiglio è co-presieduto dal *Secretary of State for Culture, Media and Sport*, il *Secretary of State for Business Innovation and Skills* e da un rappresentante dell'Industria, in questo momento si tratta di Facebook.

## Impatto economico

Le ICCs rivestono un ruolo chiave all'interno del piano economico del Governo. Le ultime stime economiche per il settore, pubblicate nel 2015, stimano il fatturato annuale delle ICC britanniche in 76,9 miliardi di sterline, pari al 5% dell'economia britannica, con una crescita costante tra il 2010 e il 2013 e un valore record nell'ultimo anno. Le informazioni pubblicate dal Governo sulle ICC sottolineano alcuni fattori rilevanti:

- Le industrie creative del Regno Unito producono 8.8 milioni di sterline l'ora (DCMS, 2015);
- Una crescita del 10% del valore aggiunto lordo (VAL) nel 2013, pari al triplo della crescita dell'economia nazionale generale, e più alta di qualsiasi altro settore;
- Aumento dell'occupazione nelle ICCs negli ultimi anni. Dal 2011 al 2013, gli occupati in questo settore sono cresciuti del 10%, a fronte di una crescita del 2.4% nello stesso periodo;
- Il valore dei servizi esportati dalle industrie creative era di 17,3 miliardi di sterline nel 2012, pari all'8,1% del totale dei servizi esportati (Tabella 9);
- Tra il 2011 e il 2012 il valore delle esportazioni del settore creativo è aumentato del 11,3%, rispetto ad un aumento del 2,8% sulle esportazioni totali.

La tabella sotto riporta il valore delle esportazioni di servizi creativi tra il 2010 e il 2012. Si nota in particolare l'importanza di tre settori: 1) IT, Software e servizi di computer 2) film, TV, video, radio e fotografia 3) pubblicità e marketing. Le esportazioni nel secondo settore, che al 2012 rappresentano un quarto del totale, mostrano una leggera decrescita rispetto agli anni precedenti. Gli altri due comparti, invece, mostrano una crescita stabile nel periodo in questione. In generale, il totale delle esportazioni dei servizi creativi è in costante crescita negli anni analizzati.

**Tabella 60. Esportazioni di Servizi Creativi in Regno Unito (milioni di sterline)**

|                                                                | 2010   | 2011   | 2012   |
|----------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|
| <b>IT, Software e servizi informatici</b>                      | 6 286  | 7 210  | 8 011  |
| <b>Film, TV, video, radio e fotografia</b>                     | 4658   | 4 257  | 4 345  |
| <b>Pubblicità e Marketing</b>                                  | 1 861  | 2,013  | 2 343  |
| <b>Editoria</b>                                                | 1 032  | 1 245  | 1 415  |
| <b>Musica, Arte performative e visive</b>                      | 357    | 275    | 574    |
| <b>Architettura</b>                                            | 384    | 362    | 373    |
| <b>Design</b>                                                  | 122    | 131    | 190    |
| <b>Musei, Gallerie e biblioteche *</b>                         | -      | -      | -      |
| <b>Artigianato *</b>                                           | -      | -      | -      |
| <b>Totale Industrie Creative</b>                               | 14 719 | 15,503 | 17 258 |
| <b>Industrie creative come % sul totale delle esportazioni</b> | 7,8%   | 8,4%   | 8,1%   |

\*Per ragioni di non divulgazione alcuni dati di questa tabella non erano disponibili.  
Fonte: DCMS (2015) Annual Report and Accounts for the year ended 31 march 2015

Diversi studi, tra cui quello della *Work Foundation* (2007), ritengono che il settore creativo del Regno Unito sia il più sviluppato a livello europeo, con il PIL probabilmente più alto a livello mondiale. Il contributo maggiore arriva dai settori della musica, dei film e dei videogiochi.

Il Regno Unito riconosce l'apporto delle ICC in altri settori produttivi, specialmente in termini di innovazione, competitività e di attivazione di sinergie tra settori diversi. Infatti, molti settori traggono

benefici del progresso delle industrie creative e dalle nuove tecnologie ad esse legate, anche se le ricadute positive negli altri segmenti economici e nell'economia nel suo insieme sono difficili da stimare. Sicuramente il settore della cultura tradizionale, ha beneficiato delle nuove applicazioni digitali e degli approcci più innovativi nello sviluppo di competenze, servizi e tecniche di marketing, con effetti moltiplicatori in termini di flussi turistici.

Il settore automobilistico è un altro settore che ottiene dei vantaggi competitivi attraverso l'uso strategico di capitale creativo. Come emerge da un recente rapporto del Consiglio per il Design<sup>181</sup>, le imprese automobilistiche beneficiano dell'ampia disponibilità di talenti creativi, assumendo sempre di più professionisti nel campo del design, e in particolare quelli con qualifiche legate alle applicazioni digitali. In quest'ottica, è stato avviato proprio dal Consiglio per il Design il programma formativo *Design Academy*, che punta a collegare la formazione tradizionale con applicazioni in discipline apparentemente lontane dalle industrie creative, come per esempio l'ambito della salute.

### ***Dinamiche occupazionali nelle ICCs***

La tabella seguente mostra la configurazione di tre macro industrie, da cui risulta un quadro molto frammentato del settore: in tutti e tre i segmenti la maggior parte delle imprese creative sono microimprese, e oltre il 90% delle imprese nei settori artistici e d'intrattenimento non ha nessun dipendente. In altre parole, si tratta del fenomeno dell'autoimpiego, ovvero freelancer che non trovano possibilità di essere occupati stabilmente all'interno delle imprese.

**Tabella 61. Taglia delle imprese secondo il numero di dipendenti in alcune industrie creative**

| Numero di dipendenti | Editoria               | Film, video, Tv, musica | Arti e intrattenimento |
|----------------------|------------------------|-------------------------|------------------------|
|                      | % sul totale d'impresе |                         |                        |
| <b>0</b>             | 84,8                   | 88,7                    | 92,7                   |
| <b>1</b>             | 0,6                    | 0,5                     | 1,3                    |
| <b>2-4</b>           | 7,8                    | 7,3                     | 4,4                    |
| <b>5-9</b>           | 3                      | 1,7                     | 1,0                    |
| <b>10-19</b>         | 1,9                    | 1                       | 0,4                    |
| <b>20-49</b>         | 1,1                    | 0,5                     | 0,2                    |
| <b>50-499</b>        | 0,7                    | 0,2                     | 0,1                    |
| <b>500 o più</b>     | 0,1                    | 0                       | 0                      |

Fonte: CEBR (2015) The contribution of the arts and culture to the national economy, elaborazione su dati del BIS.

Tenendo conto sia delle occupazioni prettamente creative sia dei lavori non-creativi all'interno delle ICCs, il settore ha dato lavoro a 1.8 milioni di persone nel 2014 (+5.5% rispetto all'anno precedente). Ciò rappresenta il 5.8% dell'occupazione totale del Regno Unito, percentuale superiore alla media WIPO<sup>182</sup> (5.3%). Se a questo numero si aggiungono le occupazioni di taglio creativo al di fuori delle ICCs, la cifra raggiunge gli 2.8 milioni di posti di lavoro, ossia l'8.8% dell'occupazione totale.

<sup>181</sup> Design Council (2015). Leading Business by Design: Automotive Industry

<sup>182</sup> World Intellectual Property Organization

Tabella 62. L'occupazione creativa e la sua evoluzione (2011 -2014)

|                                                                                    | 2011      | 2012      | 2013      | 2014      |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>Numero di lavoratori nelle Industrie creative</b>                               | 1 561 000 | 1 691 000 | 1 713 000 | 1 808 000 |
| <b>% sul totale dell'occupazione</b>                                               | 5,2%      | 5,6%      | 5,6%      | 5,8%      |
| <b>Lavoratori nelle Industrie creative + lavori creativi al di fuori delle ICC</b> | 2 422 000 | 2 558 000 | 2 622 000 | 2 754 000 |
| <b>% sul totale dell'occupazione</b>                                               | 8%        | 8,4%      | 8,5%      | 8,8%      |

Fonte: DCMS (2015). Creative Industries: Focus on Employment

Considerando l'occupazione creativa nei singoli stati, si evince l'importante contributo dell'Inghilterra, che rappresenta il 90% dell'occupazione totale del Regno Unito, e soprattutto della città di Londra, che copre da sola oltre il 30% dei lavori creativi britannici. Negli altri stati l'occupazione creativa britannica è significativamente inferiore: 5.6% in Scozia, 2.8% nel Galles e 1.5% in Irlanda del Nord (DCMS, 2014). Inoltre si osserva una concentrazione dell'occupazione creativa a livello urbano: in Scozia, ad esempio, Edimburgo e Glasgow detengono il 40% dell'occupazione nelle ICCs (DC Research, 2012).

Il settore occupa professioni altamente specializzate. Secondo il DCMS, il 58.5% dei lavoratori nelle ICCs possiede almeno un diploma universitario, rispetto al 31.1% dei lavoratori nel resto dell'economia. All'interno del comparto vi sono naturalmente delle differenze nei livelli di istruzione. Sopra la media si trovano architettura e software, industrie che richiedono profili più specializzati e dove il 65.7% e il 63.6% dei lavoratori, rispettivamente, possiede almeno un diploma universitario. Vicino alla media del comparto si collocano invece il settore della musica, le arti performative e visive, entrambi con un 54.7% di laureati. Il settore museale pur essendo sotto la media delle ICCs registra comunque un livello di istruzione superiore alla media del totale dell'economia con una quota di laureati del 48.7%.

Inoltre, gli stipendi nell'ambito delle ICC sono più alti del salario medio del paese. Si stima che nel 2012, il salario medio nelle industrie culturali sia stato di 27,291 sterline per lavoratore, a fronte di una media di 26,095 nel resto dell'economia (CEBR, 2013). Anche secondo un recente rapporto del governo gallese (2015), i professionisti creativi sono quelli che ricevono, in media, salari settimanali lordi più alti (considerando i lavori a tempo pieno) tra i nove settori economici principali<sup>183</sup>. Il salario settimanale medio negli altri settori è di 543 sterline, mentre nelle ICCs si arriva a 711 sterline, (+297 sterline rispetto a settori come il turismo e l'agroalimentare) (Governo di Galles, 2015).

Ciò nonostante, i lavoratori creativi sono più inclini a situazioni lavorative atipiche. Infatti, si conta che nel 2012 oltre 7 lavoratori su 10 nelle industrie della musica e le arti performative e visive erano auto-occupati (DCMS, 2014). Oltre il 30% della forza di lavoro creativa ha un lavoro autonomo, percentuale notevolmente superiore al totale della forza lavoro del Regno Unito (14%) (UKCES, 2012). Studi nazionali arrivano a conclusioni simili. In Scozia, l'occupazione nel settore delle ICCs si caratterizza per avere una grande componente di volontariato e molti lavoratori sono occupati part-time, che hanno bisogno di un secondo lavoro per garantirsi un'autosufficienza economica (Stirling Council, 2012).

Nel 2011, l'*Arts Council* ha fatto luce sul fenomeno del lavoro non retribuito nelle organizzazioni culturali che beneficiano dei suoi finanziamenti, concludendo che per ogni 3 lavoratori regolari nel campo delle arti visive, c'erano 2 non pagati e un freelancer. Nel periodo tra il 2009 e il 2010, il numero di volontari, per la maggior parte donne, è cresciuto da 30% rispetto all'anno precedente, mentre il personale permanente e a contratto è cresciuto solo del 3%.

<sup>183</sup> I settori prioritari in Galles includono 1) il settore manifatturiere, 2) la costruzione 3) l'energia 4) il settore agroalimentare 5) i servizi finanziari 6) il settore delle ICT 7) le scienze della vita 8) il turismo e 9) le ICCS.

Arts Council England e l'agenzia Creative and Cultural Skills hanno pubblicato nello stesso anno delle linee guida sui tirocini non retribuiti nel settore culturale e riconosciuto l'esistenza di legislazione sul salario minimo.<sup>184</sup> L'applicazione effettiva di queste raccomandazioni, tuttavia, rimane limitata e sostenuta solo da piccoli sindacati che ricevono un supporto limitato da parte delle grandi istituzioni culturali (Precarious Workers Brigade, 2012).

### *Le ICCs nelle amministrazioni devolute*

La tabella seguente mostra la distribuzione delle imprese creative nelle regioni dell'Inghilterra e negli altri stati del Regno Unito, da cui si evince nuovamente il peso dell'Inghilterra, con oltre il 90% di tutte le ICC britanniche, e in particolare di Londra, che ospita quasi un terzo delle imprese creative di tutto il Regno Unito. Galles, Irlanda del Nord e Scozia insieme arrivano solo all'8.3%. Tra queste è la Scozia a contare la maggiore percentuale delle imprese creative (5%), seguita dal Galles (2.2%) e dall'Irlanda del Nord con solo l'1.1% del totale.

**Tabella 63. Distribuzione delle imprese creative per paese e per regioni (percentuali sul totale) al 2013**

| Regione e Paese           |                                     | % sul totale delle ICC nel Regno Unito |
|---------------------------|-------------------------------------|----------------------------------------|
| Sud dell'Inghilterra      | Londra                              | 31,8                                   |
|                           | Sud-est                             | 19,3                                   |
|                           | Sud-ovest                           | 7,7                                    |
|                           | <i>Totale Sud dell'Inghilterra</i>  | 58,8                                   |
| Midland                   | Est                                 | 9,5                                    |
|                           | Midland Occidentale                 | 5,6                                    |
|                           | Midland orientali                   | 4,5                                    |
|                           | <i>Totale Midland</i>               | 19,6                                   |
| Nord d'Inghilterra        | Nord-ovest                          | 8,8                                    |
|                           | Yorkshire e The Humber              | 4,73                                   |
|                           | Nord-est                            | 1,7                                    |
|                           | <i>Totale Nord dell'Inghilterra</i> | 15,2                                   |
| <b>Totale Inghilterra</b> |                                     | <b>93,6</b>                            |
| Resto Regno Unito         | Scozia                              | 5,0                                    |
|                           | Galles                              | 2,2                                    |
|                           | Irlanda del Nord                    | 1,1                                    |
|                           | <i>Totale Resto Regno Unito</i>     | 8,3                                    |

Fonte: Office for National Statistics, Inter-Departmental Business Register (2013)

Questi dati confermano che parlare delle ICCs nel Regno Unito significa sostanzialmente, parlare delle ICCs in Inghilterra.

Le strategie e le politiche settoriali del governo centrale (DCMS), riguardano unicamente l'Inghilterra, mentre negli altri stati lo sviluppo delle industrie creative è in capo alle amministrazioni decentrate. Di seguito si presentano brevemente alcune informazioni rilevanti sulle caratteristiche e la *governance* delle ICCs in ciascuno Stato.

<sup>184</sup> Arts Council England and Creative & Cultural Skills (2011) Internships in the arts. A guide for arts organisations [http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/internships\\_in\\_the\\_arts\\_final.pdf](http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/internships_in_the_arts_final.pdf)

### *Irlanda del Nord*

Il Dipartimento per la Cultura, Arte e Leisure (DCAL) è l'autorità che si occupa del settore ICCs nell'Irlanda del Nord, supportata dal *Arts Council Northern Ireland* e da altre agenzie settoriali come *Northern Ireland Screen* per il film.

Le stime più recenti (2015) pubblicate dal DCAL indicano che in questa nazione, il VAL delle ICCs è stato di 797 milioni di sterline nel 2013 (+11.3% rispetto al 2012), equivalente al 2.4% del VAL totale della nazione. Si calcola inoltre che il 3.8% del totale delle imprese nell'Irlanda del Nord sono culturali e creative (+ 4% rispetto al 2014). Tra le imprese creative, il 39.7% realizza servizi collegati all'I.T. e al software. Sono questi settori, infatti, quelli che apportano un maggiore contributo al VAL del paese (481 milioni di sterline). Per quanto riguarda l'occupazione, le ICCs rappresentano il 3.1% dell'occupazione nazionale irlandese con una tendenza negativa. Secondo il DCMS, mentre gli altri stati britannici hanno sperimentato una crescita dell'occupazione creativa negli ultimi anni, solo l'Irlanda del Nord mostra una riduzione nel numero di lavori creativi (-10.3% nel 2014 rispetto al 2011).

### *Scozia*

Il governo scozzese considera le ICCs come uno dei dieci settori economici prioritari, insieme all'educazione, l'energia rinnovabile, le TIC, il turismo sostenibile e altri. Il governo Scozzese ha dato la responsabilità dello sviluppo del settore creativo all'agenzia Creative Scotland. Nel 2009, inoltre è stato istituito il Partenariato per le ICCs Scozzese (SCIP), presieduto da Creative Scotland, che riunisce agenzie pubbliche di diversi settori, tra cui agenzie per lo sviluppo imprenditoriale, per l'investimento e il commercio e per le competenze e la formazione, che condividono la responsabilità nel campo delle industrie creative. Il Partenariato coordina gli sforzi tra il governo e l'industria per promuovere e rafforzare il settore.

Le stime più recenti del governo scozzese, provenienti da uno studio commissionato da Creative Scotland e *Scotish Enterprise* nel 2012, indicano che il VAL prodotto dalle ICCs è stato di 3.2 miliardi di sterline nel 2011. Il contributo più importante in termini di VAL proviene dal settore Software e dall'Editoria Elettronica (940 milioni), seguita dall'Editoria (820 milioni), la moda (350 milioni), l'architettura (250 milioni) e la pubblicità (230). L'apporto delle ICCs all'occupazione scozzese è del 4% (DCMS, 2014).

### *Galles*

Il Galles ha sviluppato una politica settoriale per le ICCs, già nel 2004, che è servita come modello per le altre nazioni, in particolare per quanto riguarda l'aspetto della proprietà intellettuale. Nell'insieme però non è stato portato avanti un approccio strategico e coerente per il settore creativo, e l'Assemblea Governativa ha diminuito l'attenzione verso il settore (Hargreaves, 2010, Hull, 2011). La strategia è stata quindi rivista nel 2010, e attualmente le ICCs sono considerate come uno dei 9 settori economici prioritari anche nel Galles.

Nel suo piano 2014, Arts Council Galles stabilisce come nuova priorità lo sfruttamento del potenziale commerciale delle ICCs, e s'impegna a supportare il Gruppo Settoriale per le industrie Creative del Governo Gallese, incaricato del settore.

Le ICCs gallesi generano un fatturato annuale di 1,6 miliardi di sterline. Nell'2011, le imprese creative rappresentavano il 2.3% di tutte le imprese gallesi, con una forte concentrazione nei settori della musica e delle arti visive e performative. Le ICCs contribuiscono all'occupazione totale del Galles per il 3.9%. Si tratta soprattutto di professionisti nei settori della musica e delle arti.

### **Cluster creativi**

Londra è una città globale e possiede la maggiore concentrazione di attività del settore creativo, dove arrivano più del 70% di tutti gli investimenti privati nel settore culturale del Paese. Diverse ricerche dimostrano che Londra è il cuore delle ICCs nel Regno Unito, con una buona presenza in quasi tutti i settori creativi e in particolare nei lavori i più creativi della catena di valore in ogni settore. Questo denota una



# ACTORS *Italia*

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

---

<http://oe.cd/ACTORS>