

prisma

ECONOMIA SOCIETÀ LAVORO

RIVISTA DELL'IRES MARCHE - CGIL

**Cultura
e sviluppo locale**

FrancoAngeli

PRISMA Economia Società Lavoro rivista quadrimestrale di analisi economica e sociale – IRES Marche

Direzione

Gianluca Busilacchi, Patrizia David

Comitato Scientifico

Francesco Adornato, Ugo Ascoli, Maurizio Blasi, Michael Blim, Antonio Cantaro, Carlo Carboni, Pippo Ciorra, Ilvo Diamanti, Fulvio Esposito, Nedo Fanelli, Angelo Ferracuti, Serge Latouche, Giorgio Mangani, Michela Marchiori, Renato Novelli, Massimo Papini, Paolo Pascucci, Tonino Pencarelli, Barbara Pojaghi, Fabio Polonara, Lorenzo Robotti, Massimo Sargolini, Stefano Staffolani, Iginio Straffi, Grid Thoma, Francesco Totaro, Valeriano Trubbiani, Angelo Ventrone

Redazione

Marco Giovagnoli, Benedetta Giovanola, Roberto Giulianelli, Marco Lilla, Natalia Paci

Segreteria di redazione

Valerio Cuccaroni

Sede della redazione

Via 1 Maggio 142/c – 60131 Ancona – tel/fax 071.4193002
e-mail: ires.prisma@marche.cgil.it; <http://www.marche.cgil.it/ires/prisma.htm/>

Progetto grafico di copertina: Elena Pellegrini

Amministrazione, distribuzione, abbonamenti

FrancoAngeli srl v.le Monza 106, 20127 Milano, tel 02.2837141, fax abbonamenti 02.2614958, e-mail: riviste@francoangeli.it

Abbonamenti

Per conoscere il canone d'abbonamento corrente, consultare il nostro sito (www.francoangeli.it), cliccando sul bottone "Riviste", oppure telefonare al nostro Ufficio Riviste (02-28371454/56) o, ancora, inviare una e-mail (riviste@francoangeli.it) indicando chiaramente il nome della rivista. Il pagamento potrà essere effettuato tramite assegno bancario, bonifico bancario, versamento su conto corrente, o con carta di credito.
L'abbonamento verrà attivato non appena giunta la notifica dell'avvenuto pagamento del canone.

Autorizzazione Tribunale di Ancona n. 3/09 Reg. Periodici n. 778/09 RCC del 18 marzo 2009 - Direttore responsabile Stefano Angeli - Quadrimestrale - Poste Italiane Spa - Sped. in Abb. Post. - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Milano - Copyright © 2013 by FrancoAngeli s.r.l., Milano - Stampa: Tipomonza, via Merano 18, Milano

I quadrimestre 2011 - Finito di stampare nel mese di gennaio 2013

Cultura e sviluppo locale

Editoriale, di <i>Giorgio Mangani</i>	pag.	5
Il Club Mediterranée della desolazione, di <i>Franco Arminio</i>	»	8
<i>Le questioni generali</i>		
Sviluppo locale a base culturale: quando funziona e perché? Alla ricerca di un framework di riferimento, di <i>Pier Luigi Sacco, Guido Ferilli, Giorgio Tavano Blessi</i>	»	9
Il valore della cultura, tra recuperi inutili e progetti sostenibili, di <i>Fabrizia Memo e Michele Trimarchi</i>	»	28
Il consumo culturale nell'Italia dei cento campanili: tecnologie, patrimonio e spettacolo dal vivo, di <i>Valentina Martino</i>	»	31
<i>Il contesto locale</i>		
Un analfabetismo competitivo. L'editoria marchigiana tra industria culturale e industria creativa, di <i>Giorgio Mangani</i>	»	44
Nuove mappe per nuovi territori. Festival per la cultura, la cittadinanza, lo sviluppo, di <i>Cristiana Colli</i>	»	56
La riorganizzazione del comparto musicale delle Marche, di <i>Renato Pasqualetti</i>	»	70
Il distretto culturale evoluto delle Marche, di <i>Daniele Salvi</i>	»	84
Il cinema delle regioni. Confronto tra le film commission di Marche, Piemonte e Puglia, di <i>Valerio Cuccaroni</i>	»	92

Osservatorio IRES

Editoria invisibile un'inchiesta sui lavoratori precari editoria, pag. 99
di *Daniele Dieci, Carlo Fontani*

Commenti

Vilma Bontempo » 103
Velia Papa » 105
Luca Piermattei » 107

Fuori dal tema

Donne immigrate e assistenza familiare. Una questione di identità lavorativa, di *Claudia Santoni* » 110

Abbiamo letto per voi...

Il debito del vivente. Ascesi e capitalismo di E. Stimilli: Ne parla *Francesco Orazi* » 125

Gli autori » 127

Nella storia delle conquiste dei diritti delle classi lavoratrici la civiltà si muoveva verso l'aumento del tempo del *non lavoro*. L'ironia della storia ha voluto che, ai nostri giorni, le lotte dei lavoratori si dovessero rivolgere verso la riconquista del lavoro, piuttosto che del *non lavoro*, e gli sforzi del mondo imprenditoriale, a loro volta, dovessero misurarsi con una nuova economia a forte finanziarizzazione, che assomiglia sempre di più alle *performance* della produzione culturale (non si vendono più prodotti, ma emozioni), tradizionalmente considerata una componente del *dopo-lavoro*.

I due schieramenti, storicamente contrapposti nell'economia occidentale evoluta, si trovano così costretti a cercare, in forme nuove, uno sviluppo, specie lo sviluppo dei territori, sempre meno comprensibile e gestibile con gli strumenti dell'economia e delle relazioni sindacali classiche.

Questo numero di *Prisma* analizza alcuni aspetti di questo complesso ganglio di problemi in termini teorici ma anche pragmatici; ed è sintomatico del *gap* culturale e cognitivo del momento il fatto che, se si riesce ad andare oltre gli specialismi terminologici di alcuni dei contributi che si muovono in differenti ambiti tematici, l'analisi degli aspetti più teorici e modellistici dell'argomento risulti alla fine la più utile proprio dal punto di vista dell'operatività, alla scala del Paese, a cui è dedicata la prima parte del numero, e a quella della regione, a cui è consacrata la seconda.

Con *Lo sviluppo locale a base culturale*, Pier Luigi Sacco, Guido Ferilli e Giorgio Tavano Blessi passano in rassegna le ricette messe a punto in questi ultimi dieci anni dall'analisi economica attenta al rapporto tra cultura e sviluppo, riconducendole in maniera convincente a tre tipologie essenziali di «mono-causalità»: l'eccesso di *strumentalismo*, di *ingegnerizzazione* e di *campanilismo* nell'interpretazione del ruolo svolto dalla cultura e dalla creatività nei processi di sviluppo. Viene messo in evidenza, con uno sforzo di sintesi di grande onestà intellettuale (e politica), un certo eccesso di schematismo presente in tutte e tre le teorie, richiamando politici, economisti e operatori culturali alla necessità di andare oltre, verso la gestione delle complessità della dimensione locale. Lo sviluppo non è *placeless*, come sostiene la *new economic geography* evocata dagli autori. E non è calabile dall'alto, come non è riducibile alla sola attenzione per l'autoindulgente approccio (riconducibile al pensiero di Amartya Sen) che mira alla conservazione delle culture e delle comunità locali. Non è neanche riconducibile al solo recupero del patrimonio culturale, come notano Fabrizia Memo e Michele Trimarchi nella loro nota su *Il valore della cultura, tra recuperi inutili e progetti sostenibili*.

C'è un lavoro complesso da fare, che riguarda la capacità di produrre nuovi e più sofisticati prodotti culturali, capaci di coinvolgere nuovi pubblici e di sviluppare quelle «atmosfere creative», come le ha definite Walter Santagata, preliminari al nuovo *sviluppo a base culturale*, alla nascita delle *smart cities* e a tutto l'appa-

rato di slogan cui stiamo affidando, a volte in maniera un po' troppo fideistica (appunto mono-causale), le nostre speranze di riscatto. Insomma, ancora una volta, la cultura viene *prima* della scienza, anche se molti non lo hanno capito.

Di questo percorso, reso ancora più difficile dalla crisi, si vedono modesti sintomi nella relativa tenuta, nonostante la crisi, di alcuni consumi culturali, qui analizzati da Valentina Martino (*Il consumo culturale nell'Italia dei "cento campanili"*), che sottolinea come si tratti di consumi considerati tradizionalmente elitari, quali mostre, spettacoli teatrali, concerti e musei (quando sono appetibili), che invece registrano una modesta ma costante crescita nel periodo 1997-2011.

La dimensione regionale, analizzata nella seconda parte del numero, offre spunti di riflessione originali a proposito della *complessità* richiamata da Sacco, Ferilli e Tavano Blessi, nonostante le dimensioni limitate del territorio analizzato. Che le Marche siano una piccola regione è infatti poco rilevante sotto questo aspetto. Molti dati statistici, se assemblati in un certo modo, come ha fatto il recente Rapporto Symbola 2012 (*L'Italia che verrà. Industria culturale, made in Italy e territori*), rilevano una collocazione molto alta della regione nel campo delle *performance* dell'industria creativa. Il mix di culture tradizionali agricole e di saperi manifatturieri, di tradizione musicale-teatrale e *saper fare* artigianale rivela, se interpretato, percorsi plausibili di sviluppo a traino culturale, persino una sorta di *alfabetismo competitivo*, come ho tentato di definirlo nel mio saggio, capace di stornare in opportunità anche alcuni deficit storici, sui quali è appena iniziata una riflessione alla ricerca di nuove strade, tra i due estremi del campanilismo sfrenato e della globalizzazione anonima.

Cristiana Colli interpreta la *complessità*, a volte persino inconsapevole, che si annida nel successo dei festival; dalla creazione di *comunità* inedite ed effimere che non coincidono né si esauriscono nel solo intrattenimento, agli effetti cognitivi, ancorché apparentemente superficiali, che questi eventi favoriscono, collegando il *luogo* con il *mondo* senza perdita di prossimità fisica.

Renato Pasqualetti racconta lo sforzo inedito compiuto negli ultimi due anni dalle istituzioni musicali e di spettacolo marchigiane per condividere una programmazione concertata. Sforzo prevalentemente organizzativo ed economico di concentrazione che è tuttavia la precondizione, se si saprà cogliere l'occasione, per la creazione di una rete di condivisioni e di contaminazioni creative future al livello della produzione artistica.

Valerio Cuccaroni analizza la pur breve esperienza della Film Commission marchigiana, creata con il compito di attrarre produzioni cinematografiche nel territorio regionale. Oltre i numeri e gli sforzi di misurare i risultati dell'investimento, l'esperienza si rivela anch'essa nel solco di quella contaminazione locale-globale necessaria a uno sviluppo di una nuova generazione.

Daniele Salvi riassume infine nel suo contributo, *Il distretto culturale evoluto delle Marche*, l'ambizioso progetto di creare un distretto culturale di questo genere verso il quale si sono rivolti gli sforzi degli amministratori regionali soprattutto dal 2011, cercando di provocare una nuova, inedita e più consistente contaminazione tra la recente, ma forte tradizione manifatturiera marchigiana e la creatività intellettuale.

G. Mangani

Se esiste il rischio che la cultura manifatturiera interpreti questa contaminazione in termini solo *produttivi* (e quindi incorrendo in una delle ricette sbagliate – in particolare nella seconda, definita *ingegnerizzazione* – evocate nel saggio di Sacco *et al.*), dando una semplice rinfrescata alle proprie produzioni tradizionali, c'è anche, d'altra parte, l'opportunità di stupire il Paese ancora una volta (se si creerà tra gli attori un *feeling* analogo a quello nato spontaneamente negli anni Settanta), dando vita a un nuovo *modello marchigiano* a traino culturale che aspetta ancora un padre, visto che al precedente nessuno aveva creduto, finché non lo si vide teorizzato da Giorgio Fuà.

Questo numero è un augurio, ma anche un concreto strumento, per guardare le questioni con la dovuta miscela di pragmatismo e utopia.

Giorgio Mangani

IL CLUB MEDITERRANÉE DELLA DESOLAZIONE

Franco Arminio

Abitiamo pure noi nel Mediterraneo, ma è un cosa diversa da quello che si vede dalle coste. Il nostro è il Mediterraneo interiore. È una terra da cui molti partono e nessuno arriva. In questa terra io ho fondato il Club Mediterranée della desolazione. La paesologia¹ è una forma particolare di vacanza, una vacanza tesa a pescare nel malessere dentro di noi e intorno a noi. I luoghi più devoti al malessere sono i piccoli paesi dell'Appennino.

Cosa si fa nel Club Mediterranée della desolazione? Non ci si diverte, si rimane contratti, impauriti, si notano le incomprensioni più che gli affetti, le porte chiuse piuttosto che le porte aperte. Il Club tutela la felicità di chi lo frequenta e assicura un futuro a ogni fallimento.

Il Club della desolazione accoglie persone molto percettive, capaci di scovare ogni forma di fallimento e di malessere. Prendere atto che il mondo è morto e che la giornata, ogni giornata si traduce in una penosa trafila tra varie incombenze. Oggi pensare di divertirsi è una cosa assurda. Quello che c'è da fare nel mondo è rendersi sopportabile lo sfinimento in cui siamo caduti. La vera rivoluzione è capire che non c'è niente da fare. Dobbiamo solo passare il tempo, sperando che la paura della morte ci dia un tremore che impedisca la totale banalizzazione della nostra esistenza.

¹ Sulla paesologia, ideata e praticata dall'Autore, si vedano, tra i tanti titoli e contributi cartacei e online, il blog comunitaprovvvisorie.wordpress.com e la summa pubblicata in Franco Arminio, *Terracarne. Viaggio nei paesi invisibili e nei paesi giganti del Sud Italia*, Mondadori, Milano, 2011 (N.d.R.).

SVILUPPO LOCALE A BASE CULTURALE:
QUANDO FUNZIONA E PERCHÉ?
ALLA RICERCA DI UN FRAMEWORK DI RIFERIMENTO

di Pier Luigi Sacco, Guido Ferilli, Giorgio Tavano Blessi

Abstract

In this paper, we carry out a meta-analytic review of the literature on culture-led local development models. We identify and discuss three typical fallacies characterizing mono-causal culture-led development schemes: instrumentalism, over-engineering, and parochialism, discuss their analytical background, and provide examples illustrating the consequences of each. Based upon this critical discussion, we make a case for a 'new territorial thinking' approach that keeps into account the tangled hierarchy of global and local viewpoints that is connatural to spatially situated cultural production, and focuses upon a non-linear, multi-causal scheme, as the only possible framework for the policy design of credible, socially accountable culture-led development strategies.

Introduzione

Sono passati ormai molti anni da quando è esplosa l'ondata di studi e iniziative sull'uso della cultura per promuovere la rigenerazione urbana (Miles-Paddison, 2005). Non sorprende vedere oggi regioni, città, anche piccole, che si impegnano in questo tema, cercando la ricetta che possa favorire lo sviluppo attraverso la cultura. Nonostante l'entusiasmo, siamo ben lungi dall'aver trovato la ricetta vincente di *sviluppo a base culturale* (Ettlinger, 2009). Vi è una crescente consapevolezza che l'attenzione alla cultura, anche se potenzialmente favorevole alla creazione di nuovi spazi sociali per le forme più responsabili di consumismo e per *energizzare* l'attività creativa, può effettivamente aprire la strada a iniziative di sviluppo che aggravano i problemi di emarginazione ed esclusione sociale, essendo del tutto funzionale alla diversificazione del consumismo *mainstream*, e a intercettare l'utilità per specifici segmenti della popolazione ad alto reddito e istruzione (Wilson-Keil, 2008; Zukin, 2008). Generalizzare le potenzialità di sviluppo della cultura, quindi, può essere controproducente e potrebbe minare l'attendibilità della tesi iniziale. Se la cultura porta allo sviluppo, superato questo momento di clamore è necessario chiedersi a quali condizioni la cultura può essere un fattore di sviluppo economicamente efficace e socialmente sostenibile.

Con questo articolo si propongono alcuni chiarimenti concettuali sul tema e alcuni elementi che possono favorire un approccio positivo. La prima sezione prende

in esame le basi socio-economiche di creazione del valore culturale, preparando la discussione critica della seconda sezione, che presenta e discute alcuni dei principali errori di schemi mono-causali di *sviluppo a base culturale*. Nella terza sezione sono discusse alcune direzioni per la ricerca verso un quadro più generale e soddisfacente.

1. Alla ricerca dei meccanismi economici di base

C'è una quantità impressionante di letteratura sul ruolo della cultura per lo sviluppo urbano, ma, piuttosto sorprendentemente, è difficile individuare i cardini concettuali sui quali è stato (ed è tuttora) costruito. Non mancano i contributi più autorevoli, ma nonostante ciò non vi è ancora un nucleo teorico sostanziale che possa legittimare pienamente l'associazione tra cultura, sviluppo e crescita. Questo è infatti un caso in cui gli elementi di prova (e dei mezzi di comunicazione che vanta) sembra che corrano più velocemente della teoria. I dati recentemente presentati dalla UE per quanto riguarda il valore aggiunto prodotto dalle industrie culturali e creative in Europa (KEA, 2006; EC, 2010) – che fanno parte di un flusso più ampio di stime analoghe svolte da economie sempre più numerose, sia a livello nazionale che locale, in contesti post-industriali e in economie emergenti (Yoshimoto, 2003; HKADC, 2005; GSA, 2005; CBC, 2008, KIA, 2009, MICA, 2009; Curran-Van Egeraat, 2010) – sono stati accolti molto favorevolmente dai media e anche dai politici, nonostante alcune voci scettiche (si veda ad esempio la revisione critica di Cunningham, 2009). Vi è una chiara percezione che la cultura e la creatività sono in una fase di *mainstream* globale per quanto concerne lo sviluppo delle politiche (UNCTAD, 2008). Così, il paradosso è che sempre più persone, tra cui gli *opinion leader* economici, stanno accogliendo l'idea che *la cultura è un bene per l'economia*, ma è difficile spiegare perché e in che modo. L'abbandono del ruolo di sviluppo della cultura dal punto di vista della teoria economica non è recente. I padri fondatori dell'economia politica mostravano sorprendentemente poco interesse verso di essa – e questo atteggiamento può essere fatto risalire a una concezione pre-industriale, difficile da superare, secondo la quale il ruolo economico della cultura è quello di assorbire il valore aggiunto piuttosto che crearne e quindi sopravvive solo grazie alla generosità dei mecenati privati o delle risorse pubbliche. E questa è una condizione che è rimasta tale per un lunghissimo periodo di tempo, fino a quando le industrie culturali non hanno generato profitto grazie allo sviluppo delle innovazioni che sono state introdotte in pochi decenni a cavallo del Novecento (Sassoon, 2006). Non c'è da stupirsi, quindi, che i fondamenti concettuali dello *sviluppo a base culturale* siano ancora incerti. Leggendo i classici occorre cercare con attenzione qualche suggerimento. Per esempio, in un celebre passo, John Stuart Mill (1864) prevede un conto utilitaristico della coltivazione spirituale, che riconosce implicitamente il potenziale ruolo della cultura nella formazione del benessere umano, e dà così una scelta teorico-fondativa riconoscendo il ruolo fondamentale della formazione del gusto nel determinare le preferenze individuali e le loro conseguenze sociali. Più di un secolo dopo Tibor Scitovsky, nel suo testo fondamentale di economia *The Joyless Economy* (Scitovsky, 1976), illustra nel capitolo 11 la logica delle scelte e decisioni che stanno alla base della do-

manda culturale e il suo rapporto con il benessere individuale. Negli stessi anni l'economia della cultura muove i suoi primi passi, dopo il primo contributo pionieristico di Baumol e Bowen (1968), ma l'attenzione degli studiosi si concentra principalmente verso il funzionamento microeconomico dei mercati culturali e le implicazioni delle politiche culturali, piuttosto che verso la cultura come motore principale di crescita e sviluppo. Dichiarazioni coerenti e ambiziose del crescente ruolo della cultura possono essere trovate solo di recente, e sono legate al riconoscimento del potenziale economico delle industrie creative (Caves, 2002), o alla comprensione dei legami tra l'attività culturale e la partecipazione e l'economia delle città post-industriali (Scott, 2000; Landry, 2000; Evans, 2001). Nel primo caso, l'argomento è che le industrie culturali e creative contribuiscono alla creazione del PIL e di conseguenza hanno una rilevanza economica. Si tratta, in altre parole, di un approccio strumentale: la cultura è una questione importante perché fonte di valore economico (qualunque sia la ragione). Nel secondo caso, l'enfasi è posta su una (sofisticata) dimensione funzionale: la cultura è oggi molto più rilevante rispetto al passato per l'organizzazione e il funzionamento delle moderne città post-industriali, e quindi genera una quantità rilevante di valore aggiunto economico. Non vi è quindi motivo di non sostenere le attività culturali, anche quando non sono economicamente redditizie, in quanto sono una fonte di benefici economici e sociali indiretti. Questo doppio approccio alla logica dell'economia della cultura, strumentalismo contro funzionalismo sofisticato, può essere una chiave utile alle attuali pratiche sociali di legittimazione dello *sviluppo a base culturale*. Nel caso dell'approccio strumentalista sono richiesti degli studi per comprendere l'impatto economico delle arti e della cultura per sostenere l'impegno sociale e/o il finanziamento dei settori culturali, mentre nel caso funzionalista sofisticato le comunità locali sono spinte ad avviare iniziative di pianificazione culturale strategica come modelli innovativi di organizzazione economica e sociale. I due approcci sono in gran parte complementari e nella formazione dell'opinione pubblica spesso tendono a rafforzarsi a vicenda, nonostante i loro *background* motivazionali totalmente differenti: una potenziale contraddizione che può diventare nociva nelle fasi successive del processo. In termini economici, il punto di vista, strumentalista concentrandosi principalmente sui livelli di attività dei settori culturali, si basa su un approccio dal lato della domanda, come, per esempio, gli schemi di domanda effettiva e moltiplicatori di spesa keynesiani. L'approccio funzionale sofisticato, al contrario, si fonda implicitamente su un approccio dal lato dell'offerta, identificando la cultura come leva strutturale post-industriale di crescita, in cui il valore economico è profondamente collegato alla generazione del significato (Verganti, 2009). Dal lato dell'offerta si può considerare la cultura come una fonte importante di fattori produttivi in grado di migliorare la capacità di innovazione, la coesione sociale, la qualità dei sistemi di istruzione, e così via (Sacco-Segre, 2009). È interessante notare, però, che questi meccanismi sono ancora poco studiati (in particolare il lato dell'offerta) e, tanto meno, capiti. E questo spiega perché la cultura non è riuscita ancora a raggiungere la rilevanza che merita nell'ordine del giorno dei teorici economici. Ad oggi, quindi, gli attuali regimi di *sviluppo a base culturale* si basano su meccanismi che richiedono una base teorica più chiara.

2. Tre errori caratteristici dello *sviluppo a base culturale*: *strumentalismo*, *ingegnerizzazione* e *campanilismo*

L'analisi della sezione precedente mostra la mancanza di un fondamento teorico dello *sviluppo a base culturale* fino ad oggi. In questa situazione di transizione, cercando uno schema concettuale è necessario assumere un adattamento evolutivo delle risorse e strumenti già esistenti e affrontare gli errori tipici che sono emersi nelle recenti tendenze dei decisori politici. Potremmo etichettare questi errori, rispettivamente, come *strumentalismo*, *ingegnerizzazione* e *campanilismo*, e collegarli ad approcci teorici che hanno attirato l'interesse nel recente passato. In modo significativo, con un'eccezione, tali approcci non sono stati sviluppati per affrontare i problemi dello *sviluppo a base culturale* di per sé, ma tuttavia essi hanno svolto un ruolo importante nell'ispirare le politiche del settore.

La nostra discussione critica riguarda, inoltre, la loro traduzione nella sfera politico culturale – in cui si evidenziano i loro caratteristici limiti, derivanti da approcci mono-causali. In particolare, mostreremo come l'errore concettuale determina un errore nelle politiche e come questo comporti la necessità di creare una base più ampia per comprendere lo *sviluppo a base culturale*.

2.1. La classe creativa di Florida e lo *strumentalismo*

Il risultato maggiore di politiche di *sviluppo a base culturale*, che oggi ha raggiunto una notevole esposizione mediatica e di consenso in tutto il mondo, è certamente quello della *classe creativa* di Richard Florida (2002, 2005, 2007). Un resoconto estremamente semplificato e schematico è il seguente: c'è una forte associazione statistica tra performance di crescita delle città e la relativa incidenza della locale *classe creativa*, composta dai lavoratori qualificati che offrono soluzioni creative a tutti i problemi. La *classe creativa* è molto mobile e tende a preferire luoghi che forniscono le migliori condizioni idiosincratiche, esemplificate nelle 3T di Florida: *talento*, *tolleranza* e *tecnologia*, ovvero elevati livelli di sviluppo locale tecnologico e di alfabetizzazione; concentrazione e considerazione sociale per il talento; la tolleranza nei confronti di ogni tipo di orientamento personale (sessuale, religioso, politico, ecc.). Secondo Florida, le persone creative hanno un atteggiamento *plug-and-play*: non mostrano alcuna particolare impegno in un posto, ma si muovono ovunque si trovano le migliori opportunità e le condizioni più favorevoli. Pertanto, la priorità è attirare e mantenere il maggior numero di creativi, adattando la città ai loro bisogni. Il pensiero di Florida si è rivelato essere una *pratica killer* per i piani di sviluppo locale e le campagne di marketing territoriale, ma dal punto di vista scientifico le voci di critica superano quelle di lode. In primo luogo, l'evidenza statistica alla base della tesi di Florida sembra essere piuttosto traballante (Hoyman-Faricy, 2009). Inoltre, ci sono imbarazzanti questioni concettuali: in che modo la *classe creativa* è definita correttamente, e qual è il reale meccanismo che collega la concentrazione di creativi alle performance di crescita di un'economia locale? Il termine *classe* porta chiaramente verso un ambito sociologico, ma è difficile pensare alla classe creativa di Florida come un concetto sociologicamente sensibile. Parlare di una *classe*, i cui membri dovrebbero essere identificabili in termini di interessi comuni, con riferimento a una serie di dimensioni che

definiscono la disuguaglianza e stratificazione sociale (Giddens, 1973; Bourdieu, 1987), non sembra essere il caso, per la miscela eterogenea di soggetti che viene filtrata con cura nel concetto di *classe creativa*, da rockstar a consulenti finanziari di attivisti culturali. E anche se in effetti il concetto di classe creativa avrebbe senso sociologico, le conseguenze sarebbero ancora peggiori in termini di politiche, in quanto, attraverso l'individuazione di un gruppo di soggetti con interessi e atteggiamenti particolari che occupano un posto specifico nel campo (multidimensionale) della disuguaglianza sociale, sostenendo un modello di sviluppo che serve tali interessi di classe, significa legittimare uno *status quo* di disuguaglianza sociale, non solo come inevitabile, ma anche auspicabile. I critici di Florida hanno prestato molta attenzione al lato sociologico e di conseguenza la critica più grave si è concentrata sulle conseguenze sociali delle politiche sulla *classe creativa*, che finiscono per aggravare il dualismo sociale, nonché l'esclusione e la marginalità delle comunità locali più deboli, al fine di servire gli interessi acquisiti di speculatori immobiliari e professionisti ad alto reddito. La critica ha origine sia da un punto di vista teorico che da quello risultante dallo studio dei casi empirici (Peck, 2005; Montgomery, 2005; Markusen, 2006; Wilson-Keil, 2008, Atkinson-Easthope, 2009; Bontje-Musterd, 2009) e fino ad oggi sembra trovare, di contro, pochi argomenti giustificativi e prove a suo sostegno. Così, nonostante manchino solide basi sociologiche, la teoria di Florida ha generato la tendenza a una progettazione politica le cui conseguenze effettive sono simili a quelle di un vero approccio classista. Dal punto di vista del compromesso strumentale contro sofisticato funzionale, la teoria di Florida ha un posizionamento ambiguo. Insistendo sul ruolo chiave della creatività, per lo sviluppo si orienta verso una caratterizzazione funzionale, ma la mancanza di chiare basi concettuali sposta il focus della discussione verso il suo impatto economico misurato empiricamente, cioè un approccio molto strumentale. Lo sfondo teorico limitato della teoria di Florida è alla radice dell'ambiguità. Concettualmente, si potrebbe identificare la *classe creativa* con i possessori di alti livelli di capitale umano, ma allora la domanda diventa se c'è una differenza tra l'approccio alla *classe creativa* e i modelli standard di crescita endogena basata sulla conoscenza (Aghion-Howitt, 1998), o più precisamente un nuovo modello di *new economic geography* di sviluppo urbano con *spillover* della conoscenza (Glaeser *et al.*, 1992; vedi anche Henderson, 2007). Quello che lo stato dell'arte della ricerca sembra suggerire (si veda, per esempio, Glaeser-Resseger, 2010) è che c'è davvero una forte correlazione tra la produttività dei lavoratori e le dimensioni delle aree metropolitane, a condizione che tali aree presentino elevate densità di lavoratori qualificati, che sembra compatibile con un modello di diffusione *epidemica* delle conoscenze (Lynch, 1996). E, infatti, in questi ultimi studi della teoria, Florida e i suoi collaboratori stanno riformulando il loro modello in termini di *new economic geography*, enfatizzando con gli effetti della densità di lavoratori creativi (cioè qualificati) il principale fattore dello *spillover* di conoscenza e di innovazione e quindi di crescita (Knudsen *et al.*, 2008). Ma questo è ovviamente molto diverso, e meno distintivo in termini di posizione teorica, di una teoria di sviluppo urbano sulla *classe creativa*; in realtà, sembra più simile al fondo pagina del pensiero economico dominante sullo sviluppo urbano.

Guardando più da vicino le implicazioni politiche dell'approccio di Florida, abbiamo già sottolineato gli effetti sociali disfunzionali ampiamente documentati in letteratura. Un altro aspetto da considerare è inoltre che, essendo i creativi persone caratterizzate da alti livelli di capitale umano e competenze, il regime non lascia alcuno spazio per una funzione diversa della cultura rispetto alle altre forme di conoscenza, oppure essa fa parte del quadro, ma senza alcun ruolo particolare. In realtà, potrebbero essere completamente assenti, a condizione che le altre forme di competenze basate sulla conoscenza compensino. Ciò implica, in particolare, che ogni tipo di attività culturale funzioni qualunque siano le sue caratteristiche – standard di qualità, impatto socio-cognitivo, e così via – in una posizione davvero strumentale. Non c'è da meravigliarsi, quindi, che la traduzione di questo approccio a livello di sviluppo della comunità favorisca facilmente atteggiamenti strumentali verso la cultura: è importante perché attrae risorse e talenti, non per sé. E questo è l'aspetto più minaccioso dal punto di vista del potenziale di sviluppo: è molto probabile che possa causare uno *spiazzamento motivazionale* (Frey-Jegen, 2001), che porta l'opinione pubblica a valutare la vita culturale locale in termini di impatti economici diretti e indiretti (e dei media) a prescindere dal contenuto, piuttosto che per fornire esperienze stimolanti e favorire la partecipazione locale. Ponzini e Rossi (2010) presentano un caso studio dettagliato di come questo errore strumentale si ritorce contro in termini di politica, analizzando il caso di Baltimora, che ha abbracciato l'approccio di programmazione della *classe creativa* con il risultato di esasperare la già presente drammatica divisione sociale della città.

Ciò non implica, tuttavia, che non si debba prestare attenzione alle questioni dell'attrazione e della *retention* di talenti e competenze e agli effetti della densità nella produzione e diffusione di conoscenza nel contesto dello *sviluppo a base culturale*. Piuttosto, alla luce della discussione precedente, non sembra opportuno costruire un intero approccio sullo sviluppo basato solo su questa idea. In altre parole, il fattore *attrazione del talento* potrebbe giocare un suo ruolo una volta inserito in un quadro globale in cui le sue implicazioni potenzialmente disfunzionali siano bilanciate da altri fattori concomitanti.

2.2. Porter: vantaggio competitivo e ingegnerizzazione

La teoria del *vantaggio competitivo* di Michael Porter (1985, 1989, 2003), a differenza della teoria sulla *classe creativa* di Florida non è stata volutamente concepita per affrontare i temi dello *sviluppo a base culturale*, ma ha dimostrato di essere comunque molto fruttuosa per affrontare anche questi problemi. L'approccio di Porter è quello più generale (e ambizioso), in quanto considera i motivi di successo competitivo a vari livelli (dalle imprese alle regioni, fino ai Paesi) e in tutti i settori produttivi. Secondo Porter è possibile stabilire un *vantaggio competitivo* sostenibile su tre fattori principali: la *leadership* di costo; la differenziazione del prodotto; l'attenzione del mercato. Inoltre, raggiunti livelli relativamente alti di sviluppo socio-economico, vi è un passaggio fisiologico da una competitività sul costo a una sugli investimenti e sull'innovazione, con una transizione parallela di creazione del valore da alta intensità di lavoro ad alta intensità di capitale e infine ad alta intensità di conoscenza (Fujita, 2007).

Il livello spaziale è molto importante nel modello di Porter (Porter, 1998, 2000), qualunque sia lo stadio di sviluppo economico e la transizione tra i modelli di competitività che investe direttamente l'organizzazione dello spazio a livello regionale (Zientara, 2008) e a livello urbano (Porter, 1995; Yigitcanlar *et al.*, 2008). In particolare, l'agglomerazione spaziale delle attività produttive è favorevole alle economie di scala e di scopo, ma anche per la diffusione di conoscenze – una volta di più un legame con la letteratura della *new economic geography*. Porter sottolinea il ruolo competitivo dei *cluster* produttivi, un elemento che era già presente nei contributi seminali di Marshall (1920), con particolare riferimento al modello italiano dei *distretti industriali* di Becattini (2004). La dimensione dell'agglomerazione spaziale è quella che stabilisce un ponte naturale tra il modello generale di Porter e la sfera culturale: in contesti urbani le attività culturali sono suscettibili di passare da *cluster* in *distretti* o *quartieri culturali* (Santagata, 2002; Mommaas, 2004; Scott, 2004; Roodhouse, 2010). Nello scenario post industriale globale, una volta che la cultura diventa un *asset* competitivo distintivo per le economie locali (Hutton, 2004), si può quindi applicare una logica porteriana per lo sviluppo, il rafforzamento e la ristrutturazione dei quartieri culturali. E quando si scava più in profondità, perché la cultura rende i sistemi locali più competitivi, ci sono consonanze ancora più evidenti con il modello di Porter: l'accesso culturale può essere positivamente correlato alla capacità innovativa (Sacco, 2010), può giocare un ruolo chiave nella differenziazione dei prodotti (Verganti, 2009) a livello di impresa, ma può anche dare un contributo fondamentale alla formazione dell'identità urbana (Garcia, 2005; Dembski-Salet, 2010).

L'approccio di Porter può quindi fornire una solida base per un approccio sofisticato funzionale dello *sviluppo a base culturale* mirando a ripensare la produzione culturale e la partecipazione come *asset* competitivi fondamentali. Esso fornisce una base concettuale per progetti di rivitalizzazione urbana basati sulla riconversione di strutture ed edifici del patrimonio industriale per usi e funzioni culturali (Roodhouse, 2010). A differenza dell'approccio della *classe creativa*, l'approccio dello *sviluppo a base culturale* di Porter potrebbe non necessariamente portare a una strumentalizzazione di attività culturali e partecipazione, a condizione che vi sia una profonda conoscenza delle specificità della produttività culturale e del suo radicamento sociale (Potts *et al.*, 2008). Ciò implica che l'impegno motivazionale intrinseco alla cultura può essere una componente essenziale della preservazione del suo potenziale competitivo (Mizzau-Montanari, 2008; Ferilli *et al.*, 2012). Ma tali preoccupazioni sono ancora molto trascurate nella pratica scientifica e professionale corrente e, quindi, vi è spesso la tendenza a pensare che la produzione culturale non è poi così diversa da qualsiasi altra forma di produzione e che, pertanto, i principi concettuali di base e di organizzazione industriale convenzionali possono essere riproposti per essa senza troppi problemi. La conseguenza è che il focus sullo *sviluppo a base culturale* di Porter porta facilmente a un atteggiamento progettuale *top down*, sovra *ingegnerizzato*, dove i *cluster* culturali e i progetti di riqualificazione urbana a base culturale sono considerati, nel migliore dei casi, una nuova generazione di impianti di un'economia basata sulla conoscenza, come parchi scientifici e poli tecnologici (Bassett *et al.*, 2002), e, nel peggiore, una forma

sofisticata di marketing immobiliare (Sacco-Tavano Blessi, 2009). In questa prospettiva, le preoccupazioni e le richieste provenienti dalle comunità culturali e creative locali storiche tendono a essere percepite e interpretate come *rumore di fondo*, che ostacola una riconfigurazione veramente competitiva dell'economia culturale locale e che dovrebbe essere affrontato in modo diplomatico ma sostanzialmente ignorato. Può quindi accadere che i progetti anche ambiziosi, innovativi e lungimiranti, di riqualificazione urbana a base culturale, che in altre dimensioni rispetterebbero i migliori standard, possono provocare attriti sociali e anche conflitti a causa della loro mancanza di interesse per il contesto sociale che stanno impegnando (Ruby-Desboms, 2002; Capel-Tatjer 2009; Greffe, 2010). Può essere molto insidioso che progetti di riqualificazione urbana a base culturale possano causare delle contrapposizioni tra una cultura istituzionalizzata e spesso *glamour*, proposta dagli sviluppatori e dai portatori di interessi, e una (sotto-)cultura locale, che è profondamente radicata nell'identità locale del luogo: tensione che ha trovato alcune delle sue illustrazioni più chiare nella storia recente del quartiere urbano di Manhattan, New York City (Mele, 2000; Zipp, 2009).

Un modello sostenibile di rinnovamento urbano a base culturale deve integrare le due istanze culturali, fare spazio per entrambe e favorire la comunicazione e lo scambio reciproci. E, più in generale, deve sviluppare una comprensione profonda e sottile delle condizioni di contesto che devono essere affrontate e capitalizzate in base alle circostanze (Grodach, 2010). Ma questo obiettivo è difficile da formulare, nonché da gestire, nel contesto di un approccio rigoroso porteriano.

Un esempio particolarmente eloquente di ispirazione culturale *over-engineering*, sia in termini di scala di progetto che di visibilità globale, è Abu Dhabi Saadiyat Island, dove un enorme nuovo distretto culturale è in costruzione assemblando diversi musei di livello internazionale, tra cui l'Abu Louvre Dhabi, il Guggenheim Abu Dhabi e il Zayed National Museum, progettati, rispettivamente, da *archi-star* di fama mondiale come Jean Nouvel, Frank Gehry e Norman Foster; seguiti da un centro di Performing Art di Zaha Hadid, mentre un quinto impianto, il Museo Marittimo di Tadao Ando, sarà trasferito in un'altra zona della città. Il progetto è un semplice esercizio autoreferenziale *top-down* di *branding* strategico del luogo, con l'obiettivo di renderlo competitivo culturalmente attraverso la costituzione di un centro mondiale per il turismo culturale (Hazime, 2011), che non ha nemmeno provato a trovare una connessione con il contesto sociale locale e la scena culturale. Si tratta di un vero e proprio trapianto del concetto di distretto culturale su uno spazio culturalmente vuoto (Kanna, 2012): una strategia che già in fase di costruzione suscita vive preoccupazioni nella vita sociale, ancor più che in termini di sostenibilità economica.

Per quanto sia fecondo e utile dal punto di vista teorico e da quello della progettazione politica, quindi, un approccio puramente porteriano allo *sviluppo a base culturale* risulta ancora parziale e rischioso per aspetti chiave come la sostenibilità, soprattutto sul versante sociale. Non riuscendo a spiegare la specificità dei processi di produzione e di diffusione nel campo della cultura, il pensiero di Porter non è in grado di affrontarli in modo efficace e provoca l'*ingegnerizzazione*. La ristrutturazione competitiva fornisce degli input importanti per un vero e proprio *sviluppo a*

base culturale, ma solo nella misura in cui tali input non vengono presi come gli unici fattori di sviluppo e meccanismi che contano.

2.3. *La teoria della Capability di Sen e il campanilismo*

Con i loro pregiudizi, i precedenti due approcci condividono una comune debolezza: la loro sostenibilità sociale (Polèse-Stren, 2000). Un approccio opposto, da questo punto di vista, è quello sulla *capability* di Amartya Sen (1985, 1999). Come per Porter, l'approccio di Sen non è stato studiato appositamente per il settore della cultura e neppure per le economie avanzate, quanto piuttosto per i paesi in via di sviluppo. Tuttavia, si rivela utile per affrontare alcune delle principali caratteristiche che sono tipiche della produzione e dell'accesso culturale, e presentano sovrapposizioni con questioni non banali legate alla povertà in contesti in via di sviluppo. Nella prospettiva di Sen i divari di sviluppo persistenti sono dovuti al fatto che la povertà comporta la mancanza di esperienza e le informazioni necessarie per inquadrare le scelte in modo appropriato (comprese quelle con conseguenze per tutta la vita). Più che la mancanza di risorse finanziarie, i veri segni distintivi della povertà sono la mancanza di abilità di base, e il relativo processo decisionale, e le routine comportamentali (Clark, 2008) che consentono alle persone di fissare e perseguire obiettivi nel corso della vita e di trasformare la disponibilità di risorse in effettivo benessere. Un problema analogo si pone con l'accesso alla cultura, come indicato da J.S. Mill, dove il sotto-consumo è la norma, in quanto, al momento delle loro scelte, gli individui non possono prendere in considerazione le implicazioni delle esperienze culturali con il benessere, non essendo in grado di valutarle e apprezzarle, poiché non hanno le capacità appropriate; non a caso, Nussbaum (2000) include nell'elenco delle capacità di base anche quelle legate alla cultura. Ma, mentre in un contesto in via di sviluppo questo è un aspetto tra i tanti, più la socio-economia della conoscenza diventa centrale per le questioni relative alla creazione di valore, più le *capabilities* diventano essenziali per l'autodeterminazione in tutti i tipi di settori. La carenza di *capability* culturale diventa così una sorta di controparte post-industriale alla carenza di *capability* classica e rappresenta uno dei principali ostacoli allo *sviluppo a base culturale*. Una volta correttamente ricostruito, l'approccio della *capability* diventa una base solida per la fondazione comportamentista delle scelte a base culturale, così come per la richiesta di una progettazione politica a base culturale in cui i residenti sono incentivati a investire nella costruzione di *capability* culturali, fino al punto di raggiungere una massa critica di domanda culturale che attiva un processo endogeno di crescita (Sacco-Segre, 2009).

Inoltre, questo approccio punta sugli aspetti della costruzione dell'identità e della partecipazione sociale che sono particolarmente importanti per contestualizzare le forme di base della produzione culturale (Bielby, 2004). A differenza degli altri due approcci di cui sopra, il modello della *capability* favorisce un approccio *bottom-up*, con uno sviluppo culturale non orientato al mercato, in cui il livello e l'intensità della partecipazione sociale, la produzione di capitale sociale e coesione della comunità e la ricerca di un miglioramento della qualità della vita ricevono più attenzione rispetto all'impatto economico (Miles, 1997; Goldbard, 2006).

È interessante confrontare in questo filone due modalità di accumulo di capitale immateriale/conoscitivo come la costruzione di *capability* e gli investimenti in capitale umano: il primo è per lo più socialmente mediato e fa leva su di un orientamento relazionale condiviso, mentre il secondo è per lo più mediato dal mercato e perseguito individualmente (Robeyns, 2006).

Dei tre approcci, la formazione della *capability* è quello più chiaramente orientato verso il *funzionalismo sofisticato*, cercando un piccolo compromesso con il lato strumentale. In tal modo, la riformulazione culturale dell'approccio alla *capability* presta poca attenzione sia alla sostenibilità economica delle attività culturali, che ai contenuti culturali (come nell'approccio di Florida, anche se per motivi completamente diversi) e qualsiasi tipo di contenuto culturale può essere definito come culturale, a condizione che gravi sulle motivazioni individuali, la partecipazione, la coesione sociale, e così via (Kleymeyer, 1994). Di conseguenza, la traduzione dell'approccio di Sen nel contesto culturale è anch'essa di parte, una volta inteso tale approccio come il punto di riferimento esclusivo di uno schema di *sviluppo a base culturale*.

Se nell'approccio di Florida la minaccia principale è la *strumentalizzazione* della cultura e in Porter è l'*ingegnerizzazione* dei processi di produzione culturale, in Sen il rischio principale è il *provincialismo culturale*, che provoca per esempio un approccio auto-indulgente, centrato sulle espressioni culturali della comunità e la partecipazione, che necessitano di non evolvere in una dinamica migliorativa di sviluppo sociale (Esteva-Prakash, 1998). In linea di principio, questa distorsione è in contrasto con una interpretazione rigorosa dell'approccio alla *capability* che dà spazio a percorsi virtualmente illimitati di sviluppo umano personale e comunitario e quindi per la costruzione graduale di un approccio globale di una società della conoscenza inclusiva. Ma in pratica, se gli individui hanno poco interesse per la qualità (per esempio in ricchezza e articolazione cognitiva) dei contenuti culturali, al di là di un certo livello di base saranno disposti a rinunciare a ulteriori miglioramenti della loro *capability* culturale per la ricompensa sociale di forme di partecipazione culturale più semplici e inclusive, mettendo così a rischio l'innovazione culturale e l'originalità e sofisticazione dei contenuti, sia sul lato dell'offerta (produzione) che quello della domanda (accesso e partecipazione) (Waldzinski-Chodkowska, 2009). In altre parole, se la preoccupazione per la dimensione sociale della partecipazione culturale è certamente utile come antidoto ad approcci eccessivamente strumentali e orientati al mercato, al di là di una certa soglia, se diventa il fulcro del processo, può contenere il meccanismo di sviluppo che induce a confondere il profilo della generazione e diffusione di contenuti culturali da superare con quello dell'inclusione sociale e partecipazione.

Un caso di studio interessante in questo senso è Cork, Capitale Europea della Cultura 2005 (ECOC, 2005). Nel 2005 il progetto di Cork era fondamentalmente costruito su un invito aperto a progetti, che ha portato a più di duemila proposte, e prima del lancio del programma, è stato sottolineato come la caratteristica principale era che circa il 70% delle attività previste era stato messo insieme da quella fonte (Palmer and Rae, 2004), anche se era chiaro già allora che la piattaforma avrebbe dato poco impulso per la visibilità internazionale della scena culturale irlandese

(Cotter, 2005). La partecipazione dei cittadini e la costruzione di *capability* è stato un elemento chiave per l'amministrazione locale (Bayliss, 2004), ma l'attuazione concreta ha portato ad un confronto aperto tra le principali parti economiche interessate e la comunità locale su controversi progetti di rinnovamento urbano (O'Callaghan-Linehan, 2007), sollevando inoltre dubbi sulla modalità e sulla portata della partecipazione a livello locale (O'Callaghan, 2012). La preoccupazione prevalente di garantire una partecipazione abbastanza ampia, senza discriminazioni o esclusioni, ha determinato scelte strategiche molto difficili e molto esposte a controversie locali. Nonostante i risultati positivi per Cork come destinazione turistica internazionale, la valutazione *ex post* del programma l'ha considerata come un'occasione persa (Palmer *et al.*, 2011), a causa di una esasperazione autoreferenziale dei problemi locali e della mancata evoluzione verso soluzioni costruttive e verso un allargamento della scena culturale locale alla rete globale.

Ancora una volta, il problema sta nella debolezza di un regime di sviluppo mono-causale, assegnando inesorabilmente alla cultura un ruolo distorto, autolesionista. In tutti e tre gli approcci, inoltre, la cultura sembra agire come un bel pretesto per attrarre l'attenzione e il coinvolgimento della società, grazie al suo potente fascino simbolico, che, in fasi successive, lascia il posto a fattori di sviluppo più familiari (Storper-Scott, 2009). Questo diventa chiaro una volta notato che in nessuno dei tre approcci c'è davvero spazio per un ruolo decisivo della natura e della qualità dei contenuti culturali.

Gli approcci di Porter e di Florida offrono solo parziali eccezioni, nella misura in cui la natura e la qualità dei contenuti favoriscono, rispettivamente, il vantaggio competitivo o l'attrattività.

La vera sfida è, quindi, quella di costruire un quadro di riferimento in cui la cultura gioca un ruolo sostanziale e fondamentale. Per questo motivo l'uso dei meccanismi di sviluppo precedenti, per quanto intelligenti, è improbabile che funzioni.

3. Oltre la mono-causalità: verso un nuovo modo di pensare al territorio per dinamiche socio-culturali complesse di *sviluppo a base culturale*

I limiti descritti precedentemente sono il prodotto di un approccio lineare, mono-causale, che ha la pretesa di costruire uno schema di sviluppo a base culturale attraverso l'azione di un singolo fattore, che porta più che altro a creare una immagine graziosa, ma che nella sostanza non fa la differenza.

Nell'approccio di Florida si tratta di trasformare il contesto verso le esigenze, aspettative e valori della *classe creativa* per poi posizionarli nella mappa globale della creatività.

Secondo l'approccio ispiratore di Porter di *ristrutturazione competitiva*, ciò che conta è fare il giusto tipo di investimenti strategici innovativi, in quanto saranno loro in grado di rimodellare il contesto di conseguenza.

Anche nella prospettiva di sviluppo della *capability* di Sen, l'attenzione per la comunità locale dà molto rilievo allo sviluppo umano e a problemi di identità condivise, ma a costo di perdere la prospettiva globale che è presente negli altri metodi ed è molto importante per l'ambito culturale.

Il vantaggio verso un aspetto si riflette nella perdita di altri aspetti. È proprio

questo compromesso tra locale e globale (che si riflette anche nelle geografie di visioni opposte dei processi creativi), che deve essere evitato in un corretto approccio allo *sviluppo a base culturale*, in cui occorre mantenere la giusta prospettiva territoriale di articolazione tra livello locale e globale, di tessitura con le specifiche narrative, le aree di significato e i fattori socio-economici, in un quadro analitico comune.

Ogni ambiente culturale è caratterizzato da un idiosincratico mix di fattori che non riguardano soltanto le attuali caratteristiche locali, ma anche i modi di collegarle al contesto globale in cui la narrativa storica trova il proprio spazio (Miles-Paddison, 2005). I livelli globali e locali sono inseriti in gerarchie non lineari, agrovigliate, in processi creativi contemporanei, come dimostra un'analisi attenta delle loro dimensioni spaziali (Borén-Young, 2012). Ciò richiede nuovi atteggiamenti di analisi, disposti a esplorare e ricostruire le micro-strutture altamente dipendenti dal contesto che determinano la vitalità sociale ed economica di uno specifico *milieu* di produzione culturale (Comunian, 2011).

Questa visione complessa dello *sviluppo a base culturale* (e della sua vitalità) è in contrasto con gli interessi di coloro che immaginano la cultura e la creatività soprattutto come forme accattivanti di investimenti che nascondono nuovi trasferimenti per gli schemi famigliari dei regimi immobiliari (Evans, 2009); e questo è probabilmente lo scoglio principale che lo *sviluppo a base culturale* deve evitare per mantenere nel lungo termine la credibilità scientifica e sociale. Dal punto di vista della scelta pubblica e dei rapporti di forza, la cultura può essere facilmente sfruttata come un fattore di percezione di benessere, facendo leva su una retorica di coesione e riconoscimento di identità che rimuove l'attenzione dai fattori strutturali di natura socio-economica (Gaffikin-Morrissey, 2011), il cui ruolo può essere correttamente riconosciuto solo in un sistema realmente multi-causale. Se deve emergere una nuova sintesi che rende giustizia alla complessità intrinseca dello *sviluppo a base culturale*, occorre che abbia a che fare con un corretto posizionamento dell'*economia creativa* (Waite-Gibson, 2009), attraverso una sintesi interdisciplinare audace, progettata per affrontare e gestire i meccanismi multi-causali dal punto di vista della predisposizione delle politiche [CP1].

Cercando di immaginare quello che potremmo definire una sorta di *nuovo modo di pensare il territorio* è importante sottolineare, ancora una volta, che non lo si troverà in forme tradizionali di *cluster* di derivazione porteriana o simili, nonostante i loro meriti e la loro applicazione estensiva allo *sviluppo a base culturale* (Santagata, 2002; Lazzarotti *et al.*, 2008). La *clusterizzazione* fisica di per sé non è più una garanzia di specifiche modalità di generazione della conoscenza (Malmberg-Power, 2005). La logica stessa di agglomerazione, se deve mantenere un ruolo, deve quindi andare oltre i tradizionali schemi mono-causali, e mirare a una nuova sintesi di elementi globali e locali che danno nuovo significato funzionale e prospettiva strategica a fenomeni di *clustering*, a seconda della loro capacità di crescere sul potenziale simbolico ed espressivo del luogo (Jaffe-Nebenzahl, 2006). Non a caso, la cultura è una delle fonti più rilevanti di cambiamento della complessità dinamica della nostra comprensione della sfera dell'esperienza contemporanea (Rose, 2011), con implicazioni sui rapporti globali di potere (Keohane-Nye, 1998).

Il valore aggiunto che la cultura sta portando a un territorio, nel presente contesto, non può essere ridotto né a valore aggiunto economico, né a rinnovamento delle identità locali, né ad altri analoghi effetti unilaterali, che sono facili da vendere ai media, ma che semplificano seriamente lo scopo e il campo di applicazione dello *sviluppo a base culturale*.

Lo *sviluppo a base culturale* sta diventando una nuova piattaforma per la generazione di valore sociale ed economico che svolge, al tempo stesso, molti ruoli diversi: coordinamento sistematico di processi innovativi integrati soft, creazione di nuove forme di cittadinanza attiva ad alta intensità di conoscenza, definizione di nuovi standard di benessere, solo per citarne alcuni [CP2]. Lo *sviluppo a base culturale* significa essenzialmente creare le condizioni sociali ed economiche per consentire alla cultura di effettuare tutti questi ruoli delicati e di grande valore in modo efficace e sostenibile, attraverso un coordinamento strategico con l'intera economia e comunità locale. Questa è una sfida formidabile che va oltre lo scopo del presente lavoro.

Altrove [CP3] è stato fatto un tentativo preliminare di sviluppo di un quadro concettuale che affronti questi temi, incorporando gli approcci mono-causali descritti precedentemente in un approccio molto più ampio, di contesto multi-causale in cui interagiscono sinergicamente. In [CP4] è stato applicato tale quadro ad alcuni recenti casi studio di *sviluppo a base culturale* al fine di dimostrare come gli errori tipici degli schemi mono-causali possono essere superati attraverso un approccio più globale.

Riferimenti bibliografici

- Aghion P., Howitt P., (1998) *Endogenous Growth Theory*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts
- Atkinson R., Easthope H., (2009) "The Consequences of the Creative Class: The Pursuit of Creativity Strategies in Australia's Cities", *International Journal of Urban and Regional Research*, 33, pp. 64-79. DOI: 10.1111/j.1468-2427.2009.00837.x
- Bassett K., Griffiths R., Smith I., (2002) "Cultural Industries", *Cultural Clusters and the City: The Example of Natural-History Film Making in Bristol*, *Geoforum*, 33, pp. 165-177
- Baumol W.J., Bowen W.G., (1968) *Performing Arts: The Economic Dilemma*, The MIT Press, Cambridge Massachusetts
- Bayliss D., (2004) "Ireland's Creative Development: Local Authority Strategies for Culture-led Development", *Regional Studies*, 38, 817-831. DOI: 10.1080/0034340042000265296
- Becattini G., (2004) *Industrial Districts. A New Approach to Industrial Change*, Edward Elgar, Cheltenham
- Bielby W.T., (2004) "Rock in a Hard Place: Grassroots Cultural Production in the Post-Elvis Era", *American Sociological Review*, 69, pp. 1-13. DOI: 10.1177/000312240406900209
- Bontje M., Musterd S., (2009) "Creative Industries, Creative Class and Competitiveness: Expert Opinions Critically Appraised", *Geoforum*, 40, pp. 843-

852. DOI: 10.1016/j.geoforum.2009.07.001
- Borén T., Young C., (2012) “Getting Creative with the ‘Creative City’? Towards New Perspectives on Creativity in Urban Policy”, *International Journal of Urban and Regional Research*, in corso di pubblicazione
- Bourdieu P., (1987) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Harvard University Press, Cambridge Massachusetts
- Capel-Tatjer L., (2009) *Culture, Technology and Creativity as Drivers of Urban Regeneration in Barcelona*, mimeo, Universitat Rovira i Virgili, Tarragona
- Caves R.E., (2002) *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*, Harvard University Press, Cambridge Massachusetts
- CBC, (2008) *Valuing Culture. Measuring and Understanding Canada’s Creative Economy*, The Conference Board of Canada Ottawa
- Clark D.A., (2008) “The Capability Approach: Its Development, Critiques, and Recent Advances”, in Ghosh R., Gupta K.R., Maiti P., *Development Studies*, vol. 2, Atlantic Publishers, New Dehli, pp. 105-127
- Comunian R., (2011) “Rethinking the Creative City. The Role of Complexity, Networks and Interactions in the Urban Creative Economy”, *Urban Studies*, 48, pp. 1157-1179. DOI: 10.1177/0042098010370626
- Cotter L., (2005) “Globalization + Irish Art = ?”, *Third Text*, 19, pp. 15-26. DOI: 10.1080/09528820412331318523
- Cunningham S., (2009) Trojan Horse or Rorschach Blot? Creative Industries Discourse Around the World, *International Journal of Cultural Policy*, 15, pp. 375-386. DOI: 10.1080/10286630902977501
- Curran D., Van Egeraat C., (2010) *Defining and Valuing Dublin’s Creative Industries*, Office of International Relations and Research, Dublin City Council, Dublino
- Currid E. and Williams S., (2010) The Geography of Buzz: Art, Culture and the Social Milieu in Los Angeles and New York, *Journal of Economic Geography*, 10, pp. 423-451. DOI: 10.1093/jeg/lbp032
- Dembski S., Salet W., (2010) “The Transformative Potential of Institutions: How Symbolic Markers Can Institute New Social Meaning in Changing Cities”, *Environment and Planning A*, 42, pp. 611-625. DOI: 10.1068/a42184
- EC, (2010) *Green Paper. Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries*, The European Community, Bruxelles
- Esteva G., Prakash M.S., (1998) *Grassroots Post-Modernism*, Zed Books, Londra
- Ettlinger N., (2009) “Surmounting City Silences: Knowledge Creation and the Design of Urban Democracy in the Everyday Economy”, *International Journal of Urban and Regional Research*, 33, pp. 217-230. DOI: 10.1111/j.1468-2427.2009.00840.x
- Evans G., (2001) *Cultural Planning: An Urban Renaissance?*, Routledge, Londra
- Evans G., (2009) “Creative Cities, Creative Space and Urban Policy”, *Urban Studies*, 46, pp. 1003-1040. DOI: 10.1177/0042098009103853
- Ferilli G., Sacco P.L., Tavano Blessi G., (2012) “Cities as Creative Hubs: From the Instrumental to the Functional Value of Culture-Led Local Development”,

- in Fusco Girard L., Nijkamp P. (a cura di), *Sustainable city and creativity*, Ashgate, Farnham, pp. 245-270
- Florida R., (2002) *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Florida R., (2005) *The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent*. HarperBusiness, New York.
- Florida R., (2007) *Who's Your City? How the Creative Economy is Making Where to Live the Most Important Decision of Your Life*. Basic Books, New York.
- Frey B.S., Jegen R., (2001) "Motivational Crowding Theory", *Journal of Economic Surveys*, 15, pp. 589-611. DOI: 10.1111/1467-6419.00150
- Fujita M., (2007) "Towards the New Economic Geography in the Brain Power Society", *Regional Science and Urban Economics*, 37, pp. 482-490. DOI: 10.1016/j.regsciurbeco.2007.04.004
- Gaffikin F., Morrissey M., (2011) "Community Cohesion and Social Inclusion: Unravelling a Complex Relationship", *Urban Studies*, 48, pp. 1089-1118. DOI: 10.1177/0042098010374509
- Garcia B., (2005) "Deconstructing the City of Culture: The Long-Term Cultural Legacies of Glasgow 1990", *Urban Studies*, 42, pp. 841-868. DOI: 10.1080/00420980500107532
- Giddens A., (1973) *The Class Structure of the Advanced Societies*, Hutchinson University Library, Londra
- Glaeser E.L., Kallal H.D., Scheinkman J.A., Shleifer A., (1992) "Growth in Cities", *Journal of Political Economy*, 100, pp. 1126-1152. DOI: 10.1086/261856
- Glaeser E.L., Resseger M.G., (2010) "The Complementarity Between Cities and Skills", *Journal of Regional Science*, 50, pp. 221-244. DOI: 10.1111/j.1467-9787.2009.00635.x
- Goldbard A., (2006) *New Creative Community. The Art of Cultural Development*, New Village Press, Oakland Ca.
- Greffe X., (2010) *Urban Cultural Landscapes: An Economic Approach*, EBLA/CSS Center Working Paper 1-2010, Torino
- Grodach C., (2010) "Beyond Bilbao: Rethinking Flagship Cultural Development and Planning in Three California Cities", *Journal of Planning Education and Research*, 29, pp. 353-366. DOI: 10.1177/0739456X09354452
- GSA, (2005) *Creative Industries in South Australia*, The Government of South Australia Adelaide
- Hazime H., (2011) "From City Branding to E-brands in Developing Countries: An Approach to Qatar and Abu Dhabi", *African Journal of Business Management*, 5, pp. 4731-4745
- Henderson J.V., (2007) "Understanding Knowledge Spillovers", *Regional Science and Urban Economics*, 37, pp. 497-508. DOI: 10.1016/j.regsciurbeco.2006.11.010
- HKADC, (2005) *Hong Kong Arts and Cultural Indicators*, Hong Kong Arts Development Council, Hong Kong

- Hoyman M., Faricy C., (2009) "It Takes a Village: A test of the Creative Class, Social Capital and Human Capital Theories", *Urban Affairs Review*, 44, pp. 311-333. DOI: 10.1177/1078087408321496
- Hutton T.A., (2004) "The New Economy of the Inner City", *Cities*, 21, pp. 89-108. DOI: 10.1016/j.cities.2004.01.002
- Jaffe E.D., Nebenzahl I.D., (2006) *National Image and Competitive Advantage*, Copenhagen Business School Press, Copenhagen
- Kanna A., (2012) "Urbanist Ideology and the Production of Space in the United Arab Emirates: An Anthropological Critique", in Peterson M., McDonogh G. (a cura di), *Global downtowns*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, pp. 90-109
- KEA European Affairs, (2006) *The Economy of Culture in Europe. Report for the European Community*, Bruxelles
- Keohane R.O., Nye J.S.Jr., (1998) "Power and Interdependence in the Information Age", *Foreign Affairs*, 77, pp. 81-94. DOI: 10.2307/20049052
- KIA, (2009) *Economic Contributions of Thailand's Creative Industries*, Kenan Institute Asia, Bangkok
- Kleymeyer C.D. (a cura di), (1994) *Cultural Expression and Grassroots Development: Cases from Latin America and the Caribbean*, Lynne Rienner Publishers, Boulder, Co.
- Knudsen B., Florida R., Stolarick K., Gates G., (2008) "Density and Creativity in U.S. Regions", *Annals of the Association of American Geographers*, 98, pp. 461-478. DOI: 10.1080/00045600701851150
- Landry C., (2000) *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*, Earthscan, London, 2008
- Lazzeretti L., Boix R., Capone F., (2008) "Do Creative Industries Cluster? Mapping Creative Local Production Systems in Italy and Spain", *Industry and Innovation*, 15, pp. 549-567. DOI: 10.1080/13662710802374161
- Lynch, A. (1996) *Thought Contagion: How Beliefs Spread Through Society*. Basic Books, New York
- Malmberg A., Power D., (2005) "(How) Do (Firms in) Clusters Create Knowledge?", *Industry and Innovation*, 12, pp. 409-341. DOI: 10.1080/13662710500381583
- Markusen A., (2006) "Urban Development and the Politics of Creative Class: Evidence from the Study of Artists", *Environment and Planning A*, 38, pp. 1921-1940. DOI: 10.1068/a38179
- Marshall A., (1920) *Principles of Economics*, Macmillan, London
- Mele C., (2000) *Selling the Lower East Side. Culture, Real Estate, and Resistance in New York City*, The University of Minnesota Press, Minneapolis
- MICA, (2009) *Singapore Cultural Statistics 2004-2008 in Brief*, Ministry of Information, Communication, and the Arts, Singapore
- Miles M., (1997) *Art, Space and the City. Public Art and Urban Futures*, Routledge, London

- Miles S., Paddison R., (2005) "Introduction: The Rise and Rise of Culture-led Urban Regeneration", *Urban Studies*, 42, pp. 833-839. DOI: 10.1080/00420980500107508
- Miles S., (2009) "'Our Tyne': Iconic Regeneration and the Revitalisation of Identity in NewcastleGateshead", *Urban Studies*, 42, pp. 913-926. DOI: 10.1080/00420980500107326
- Mill J.S., (1864) *Utilitarianism*, seconda edizione, Longman, Green, Longman, Roberts, and Green, London
- Mizzau L., Montanari F., (2008) "Cultural Districts and the Challenge of Authenticity: The Case of Piedmont, Italy", *Journal of Economic Geography*, 8, pp. 651-673. DOI: 10.1093/jeg/lbn027
- Mommaas H., (2004) "Cultural Clusters and the Post-Industrial City: Towards the Remapping of Urban Cultural Policy", *Urban Studies*, 41, pp. 507-532
- Montgomery J., (2005) "Beware the 'Creative Class'. Creativity and Wealth Creation Revisited", *Local Economy*, 20, pp. 337-343. DOI: 10.1080/02690940500298706
- Nussbaum M.C., (2000) *Women and Human Development: The Capabilities Approach*, Cambridge University Press, Cambridge. DOI: 10.1017/CBO9780511841286
- O'Callaghan C., Linehan D., (2007) "Identity, Politics and Conflict in Dockland Development in Cork, Ireland: European Capital of Culture 2005", *Cities*, 24, pp. 311-323. DOI: 10.1016/j.cities.2007.01.006
- O'Callaghan C., (2011) "Urban Anxieties and Creative Tensions in the European Capital of Culture 2005: 'It Couldn't Just Be About Cork, Like'", *International Journal of Cultural Policy*, 18, pp. 185-204. DOI: 10.1080/10286632.2011.567331
- Palmer R. and Rae, (2004) *European Cities and Capitals of Culture*, Palmer/Rae Associates, Bruxelles
- Palmer R., Richards G., Dodd D., (2011) *European Culture Capital*, Report 2, ATLAS, Anrhem
- Peck J., (2005) "Struggling with the Creative Class", *International Journal of Urban and Regional Research*, 29, pp. 740-770. DOI: 10.1111/j.1468-2427.2005.00620.x
- Polèse M., Stren R.E., (a cura di) (2000) *The Social Sustainability of Cities: Diversity and the Management of Change*, University of Toronto Press, Toronto
- Ponzini D. and Rossi U., (2010) "Becoming a Creative City: The Entrepreneurial Mayor, Network Politics and the Promise of Urban Renaissance", *Urban Studies*, 47, pp. 1037-1057. DOI: 10.1177/0042098009353073
- Porter M.E., (1985) *Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance*, The Free Press, New York
- Porter M.E., (1989) *The Competitive Advantage of Nations.*, The Free Press, New York
- Porter M.E., (1995) "The Competitive Advantage of the Inner City", *Harvard Business Review*, 73/3, pp. 55-71
- Porter M.E., (1998) "Clusters and the New Economics of Competition", *Harvard*

- Business Review*, 76/6, pp. 77-90
- Porter M.E., (2000) "Location, Competition and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy", *Economic Development Quarterly*, 14, pp. 15-34. DOI: 10.1177/089124240001400105
- Porter M.E., (2003) "Building the microeconomic foundations of prosperity: Findings from the microeconomic competitiveness index", *Global competitiveness report 2002-2003*, World Economic Forum, Harvard University Press, Cambridge Massachusetts, pp. 29-56
- Potts J., Cunningham S., Hartley H., Ormerod P., (2008) "Social Network Markets: A New Definition of the Creative Industries", *Journal of Cultural Economics*, 32, pp. 167-185. DOI: 10.1007/s10824-008-9066-y
- Robeyns I., (2006) "Three Models of Education: Rights, Capabilities and Human Capital", *Theory and Research in Education*, 4, pp. 69-84. DOI: 10.1177/1477878506060683
- Roodhouse S., (2010) *Cultural Quarters: Principles and Practice*, Intellect, Bristol
- Rose F., (2011) *The Art of Immersion*, W.W. Norton, New York
- Ruby C., Desboms D., (2002) "Des friches pour la culture?", *EspacesTemps.net*, 1/5/02, <http://espacestemp.net/document338.html>
- Sacco P.L., (2010) "The Economics of Cultural Quarters", in Roodhouse S., *op. cit.*
- Sacco P.L., Segre G., (2009) "Creativity, Cultural Investment and Local Development: A New Theoretical Framework for Endogenous Growth". in Fratesi U., Senn L. (a cura di), *Growth and innovation of competitive regions*, Springer, Berlino, pp. 281-294
- Sacco P.L., Tavano Blessi G., (2007) "European Culture Capitals and Local Development Strategies: Comparing the Genoa 2004 and Lille 2004 Cases", *Homo Oeconomicus*, 24, pp. 111-141
- Sacco P.L., Tavano Blessi G., (2009) "The Social Viability of Culture-Led Urban Transformation Processes: Evidence from the Bicocca District, Milan", *Urban Studies*, 46, pp. 1115-1135. DOI: 10.1177/0042098009103857
- Santagata W., (2002) "Cultural Districts, property Rights and Sustainable Economic Growth", *International Journal of Urban and Regional Research*, 26, pp. 9-23. DOI: 10.1111/1468-2427.00360
- Sassoon D., (2006) *The Culture of the Europeans from 1800 to the Present*, Harper Press, London
- Scitovsky T., (1976) *The Joyless Economy*, Oxford University Press, Oxford
- Scott A.J., (2000) *The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image-Producing Industries*, Sage, London
- Scott A.J., (2004) "Cultural-Product Industries and Urban Economic Development. Prospects for Growth and Market Contestation in Global Context", *Urban Affairs Review*, 39, pp. 461-490. DOI: 10.1177/1078087403261256
- Sen A.K., (1985) *Commodities an Capabilities*, Oxford University Press, Oxford
- Sen A.K., (1999) *Development as Freedom*, Knopf, New York
- UNCTAD, (2008) *Creative Economy Report*, The United Nations Conference on Trade and Development, Ginevra

- Storper M., Scott A.J., (2009) "Rethinking Human Capital, Creativity and Urban Growth", *Journal of Economic Geography*, 9, pp. 147-167. DOI: 10.1093/jeg/lbn052
- Verganti R., (2009) *Design Driven Innovation: Changing the Rules of Competition by Radically Innovating What Things Mean*, Harvard University Press, Cambridge Massachusetts
- Waitt G., Gibson C., (2009) "Creative Small Cities: Rethinking the Creative Economy in Place", *Urban Studies*, 46, pp. 1223-1246. DOI: 10.1177/0042098009103862
- Waldzinski D., Chodkowska E., (2009) "Parochialism-Revitalization-Development. How to Build the Economic and Cultural Environment by Changing the Local Space", *paper* presentato alla Conferenza "Multiculturalism, Conflict and Belonging Global", Mansfield College, Oxford
- Wilson D., Keil R., (2008) "The Real Creative Class", *Social and Cultural Geography*, 9, pp. 841-847. DOI: 10.1080/14649360802441473
- Yigitcanlar T., Velibeyoglu K., Martinez-Fernandez C., (2008) "Rising Knowledge Cities: The Role of Urban Knowledge Precincts", *Journal of Knowledge Management*, 12, pp. 8-20. DOI: 10.1108/13673270810902902
- Yoshimoto M., (2003) "The Status of Creative Industries in Japan and Policy Recommendations for Their Promotion", *NLI Research Paper*, Tokyo, NLI Research Institute
- Zientara P., (2008) "Polish Regions in the Age of a Knowledge-Based Economy", *International Journal of Urban and Regional Research*, 32, pp. 60-85. DOI: 10.1111/j.1468-2427.2008.00776.x
- Zipp S., (2009) "The Battle of Lincoln Square: Neighborhood Culture and the Rise of Resistance to Urban Renewal", *Planning Perspectives*, 24, pp. 409-433
- Zukin S., (2008) "Consuming Authenticity: From Outposts of Difference to Means of Exclusion", *Cultural Studies*, 22, pp. 724-748
- [CP1] "A Conceptual Regulatory Framework for Design and Evaluation of Complex, Participative Cultural Planning Strategies", *International Journal of Urban and Regional Research*, in corso di pubblicazione.
- [CP2] "Culture 3.0: A New Perspective for the EU Active Citizenship and Social and Economic Cohesion Policy", in European House for Culture (a cura di), *Access to the Culture Platform*, pp.195-213
- [CP3] *Culture as an Engine of Local Development Processes: System-wide Cultural Districts*, vol. 1, *Theory. Growth and Change*, in corso di pubblicazione.
- [CP4] *Culture as an Engine of Local Development Processes: System-wide Cultural Districts*, vol. 2, *Prototype Cases. Growth and Change*, in corso di pubblicazione.

IL VALORE DELLA CULTURA
TRA RECUPERI INUTILI E PROGETTI SOSTENIBILI

di Fabrizia Memo e Michele Trimarchi

Abstract

Can culture rehabilitate spaces with a powerful strategic orientation, giving new life to old and abandoned buildings? It certainly can, but only with a wise and creative project: factories, warehouses, archives and a lot of dismissed places have been turned into cultural spaces, open to different kinds of audience. The essay offers a few examples of successful cultural containers.

Un Paese ricco di un patrimonio culturale variegato e invidiabile: questa è la peculiarità dell'Italia, dove da Nord a Sud sono stati eretti nel corso dei secoli e in tempi più recenti edifici che, pur avendo differenti funzioni, sono tutti caratterizzati dalla notevole rilevanza artistica e culturale. Non a caso questi beni sono stati individuati come risolutivi per coadiuvare l'estinzione del nostro elevato debito pubblico: merce di scambio, dunque, con un valore estrinseco riconosciuto ma tuttavia ancora sottovalutato.

Gli edifici che fanno parte del patrimonio demaniale rappresentano una ricchezza che catalizza l'attenzione di molti soggetti, non tutti con i medesimi obiettivi. Palazzi storici, ex caserme, conventi, impianti industriali nella maggior parte dei casi sorgono in posizioni ambite delle metropoli, dei centri abitati e in aree che all'epoca dell'effettiva costruzione del bene demaniale non risultavano spesso né centrali né di valore.

Questo implica la naturale conseguenza di attrarre interessi più speculativi che inerenti alle finalità peculiari che un bene demaniale e quindi collettivo dovrebbe perseguire. Un esempio lampante in molte zone d'Italia è la questione delle innumerevoli caserme dismesse: edifici di grandi dimensioni, bramati dai cosiddetti costruttori e palazzinari senza scrupoli, sempre attenti a non lasciarsi sfuggire una possibilità d'investimento proficuo.

Eppure, nel corso degli anni, sono stati portati avanti progetti innovativi e diametralmente opposti alla mera speculazione edilizia, che cercano di conservare un'utilità comune di un bene che ha rivestito nel corso del tempo, prima della dismissione, un fine condiviso per i cittadini. Si tratta di tutti quei progetti di rivalutazione e ristrutturazione degli edifici demaniali lasciati all'incuria e riqualificati da tenaci personalità con fini culturali.

Masserie, caserme, archivi, chiese, fabbriche: la tipologia dei contenitori cultu-

rali ricavati da ex edifici demaniali è piuttosto nutrita e variegata: spazi di notevole dimensione, adatti ad ospitare una grande folla di appassionati di attività e manifestazioni culturali, in zone centrali e fruibili facilmente dalla maggior parte dei cittadini; realtà recuperate da giovani creativi estrosi e tenaci, con il fine di creare luoghi di aggregazione e di ritrovo per artisti, persone comuni e appassionati.

Un esempio di riqualificazione, avvenuta con successo, di un ex capannone industriale è il centro per le arti contemporanee Zo Culture di Catania (per ulteriori informazioni su questo e gli altri casi di studio, cfr. scheda 1). Ricavato da un'ex raffineria di zolfo, sita nel cuore della città che racchiudeva la zona industriale, il centro culturale vede al suo interno la realizzazione di performance musicali e artistiche e si pone come obiettivo quello di sfruttare la posizione centrale all'interno della città che lo ospita, al fine di attivare scambi culturali nel Mediterraneo. Preso in gestione dal 1997 da un gruppo di giovani catanesi, grazie al fondo della legge 236 per l'imprenditoria giovanile, lo spazio prevede una fitta programmazione di incontri, concerti e attività di formazione, rivolti alla fruizione della cittadinanza e al supporto degli artisti locali.

La creatività nel riuso di spazi per finalità culturali non sembra mancare neanche in Puglia: a San Vito dei Normanni, in provincia di Brindisi, una rete di cittadini ha messo insieme il proprio lavoro per ristrutturare e riportare in auge un antico stabilimento enologico della famiglia Dantice di Frasso: un complesso architettonico costruito agli inizi del secolo scorso, composto da tre diversi fabbricati. Si tratta del progetto rinominato ExFadda, grazie al quale ciascuno dei tre spazi all'interno del complesso è stato destinato a una funzione diversa: laboratori, eventi live, congressi, spettacoli, mostre, una cucina a chilometro zero e un centro ludico per far giocare i bambini. Un ambiente variegato quindi che ospita attività trasversali: dal mercato contadino al lavoro a maglia, dal teatro e le arti di strada ai laboratori di disegno e pittura.

Lo scorso gennaio è stato annunciato inoltre il futuro dell'edificio che ospitava la Manifattura Tabacchi di Cagliari, ormai svuotato e deserto dal 2001. Dopo alcune incertezze e dubbi sulla sua destinazione d'uso, ha prevalso l'idea di restituire la struttura, situata in viale Regina Margherita, agli abitanti del capoluogo sardo e di creare al suo interno un museo del cinema, completo di sale per proiezioni, conferenze e mostre. Obiettivo è quello di trasformare un esempio di archeologia industriale risalente all'Otto-Novecento in una *fabbrica della creatività*, servendosi del finanziamento regionale, già stanziato, che ammonta a 11 milioni di Euro.

Sono solo alcuni esempi delle potenzialità che racchiudono queste realtà, qualora vengano sottratte all'incuria per essere sfruttate con fini culturali che aiutino a perseguire l'utilizzo originale di edifici nati come demaniali e che pertanto dovrebbero mantenere una vocazione di *bene comune*. Se ne ricava un'importante lezione che le amministrazioni di prossimità (Regioni e Comuni) dovrebbero tenere nel massimo conto: il recupero sostenibile di spazi ed edifici demaniali ha bisogno di partire da un progetto specifico, possibilmente concepito dalla comunità residente e da addetti ai lavori; in base al progetto e alle risorse umane e tecnologiche da coinvolgere si potrà utilmente recuperare un immobile altrimenti in disuso.

Più di una volta la recente esperienza italiana ha visto notevoli immobili restau-

rati e attrezzati senza alcun progetto; spesi milioni di Euro per un'operazione velleitaria, ci si è accorti – magari troppo tardi – che non si sapeva cosa farsene, non avendo alcuna percezione della effettiva esistenza di una domanda e di un'incisiva capacità di azioni culturali richieste dalla comunità territoriale. Fatto il contenitore, manca il contenuto. Finché la cultura rimane, nel sentire di molti amministratori, un fenomeno spettacolare da offrire alla stampa il demanio culturale italiano rischia un'ulteriore musealizzazione e non può generare alcun valore.

Scheda 1. Esempi di riqualificazione di spazi urbani abbandonati a uso culturale

<p>Centro culturale Zo (Catania) Collocato in una ex raffineria di zolfo, in un'area industriale del secolo scorso, nei pressi della stazione ferroviaria di Catania, il complesso edilizio è stato ristrutturato dall'architetto Nigel Allen e si estende per circa 1.600 mq, dei quali 1.100 al coperto. Dispone di una sala polifunzionale di 300 mq con 250 posti a sedere, di una sala di 230 mq usata per corsi, laboratori e mostre, di una caffetteria ristorante, di un info point con eme-roteca e uffici. Zo è una <i>factory</i> di programmazione e produzione culturale che svolge attività di formazione, ospita artisti e organizza festival. È stato indicato tra i primi trenta progetti dall'Osservatorio "Impresa e Cultura". Il centro è gestito dalla Cooperativa Officine. www.zooculture.it</p>
<p>ExFadda. Idee extralarge (San Vito dei Normanni, BR) ExFadda nasce dalla riqualificazione di uno stabilimento di produzione enologica "Dentice di grasso", sito all'ingresso del centro abitato di San Vito dei Normanni, in provincia di Brindisi, costruito ai primi del Novecento dalla famiglia Dentice. La superficie è di circa 3.000 mq, suddivisa in tre corpi di fabbrica. Parte degli spazi è stata recuperata con investimenti pubblici e raccolte di fondi. La struttura ospita uno spazio teatrale per eventi, una caffetteria, aperta tutti i giorni dalle 8 alle 24, e un giardino di 15.000 mq, usato per eventi, orti sociali e aree gioco. Un grande spazio di 1.000 mq, utilizzabile per congressi, spettacoli e mostre, deve ancora essere recuperato. www.exfadda.it</p>
<p>Ex Manifattura Tabacchi (Cagliari) È un ex convento dei frati minori costruito nel XVII secolo nella parte bassa della città di Cagliari, davanti alla Darsena, poi danneggiato nel 1717 dalle navi da guerra spagnole e utilizzato nell'Ottocento come Manifattura Tabacchi; che costituì una primaria occasione di lavoro per i cagliaritani, creando le condizioni per lo sviluppo di lotte sindacali e operaie. Chiuso nel 2001, il complesso è stato acquisito dalla Regione Sardegna che ha intenzione di trasformarlo in una <i>fabbrica della creatività</i>.</p>

IL CONSUMO CULTURALE NELL'ITALIA DEI CENTO CAMPANILI:
TECNOLOGIE, PATRIMONIO E SPETTACOLO DAL VIVO

di Valentina Martino

Abstract

Economic recession, implacably striking a plurality of consumption and production sectors, hasn't stopped the innovation in Italians' cultural behaviours taking place since the first Nineties. This is shown by the *numbers* of cultural consumption, in special reference to the data provided by Istat, official statistical source in the national context. The diversification of cultural interests of Italians and, in particular, of young people documents the achievement of traditionally considered élitist and quality activities: not only an exploit of digital culture, but also a consolidation of book reading and a rise of all outdoor shows and entertainments. Similar trends point out a promising growth of quality of life, but also the persistence of deep social gaps in accessing culture, above all in reference to the different local contexts of the country. Nowadays wide coves of weak consumption and exclusion penalize Italian cultural market, but at the same time they identify huge basins of *potential publics* for the different expressions of arts and culture, contributing to a winning *Italian way* against decline.

Introduzione

La recessione economica che ha colpito implacabilmente una pluralità di consumi e settori produttivi non ha arrestato l'innovazione dei comportamenti culturali degli Italiani in atto dagli anni Novanta. È quanto documentano i *numeri* del consumo culturale, con particolare riferimento ai dati forniti dal *grandangolo* nazionale dell'Istat, fonte ufficiale per antonomasia¹.

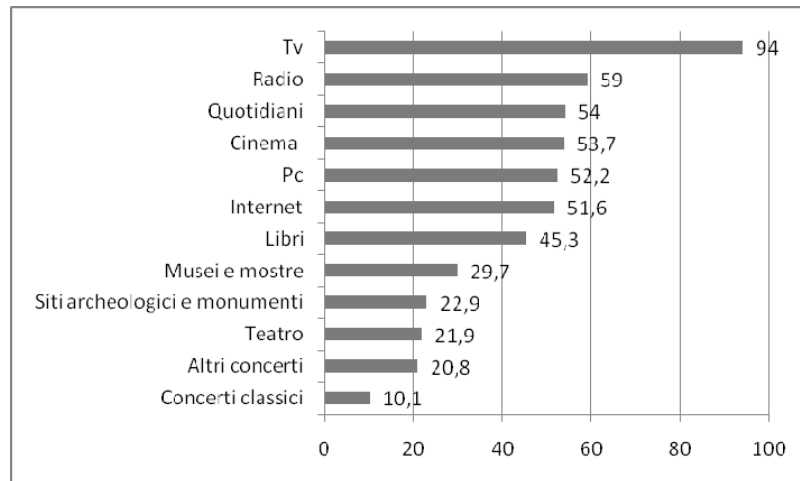
L'aumento quantitativo e qualitativo dei consumi culturali segnala un promettente innalzamento della qualità della vita degli Italiani, anche nel confronto europeo, ma anche la persistenza di profonde disuguaglianze sociali nell'*accesso* alla cultura, tali soprattutto in riferimento alla varietà di contesti territoriali che caratte-

¹ I dati desunti dall'annuale Indagine Multiscopo sulle famiglie "Aspetti della vita quotidiana" consentono di ripercorrere l'andamento dei comportamenti culturali, comunicativi e del tempo libero, in riferimento a una pluralità di attività, sia domestiche che *outdoor*, e alle principali caratteristiche socio-economiche del pubblico (Istat, 2012).

rizzano l'Italia dei cento campanili². Da una parte, il sistema nazionale di domanda-offerta rende conto – come noto – dell'*anomalia* di un patrimonio artistico che, capillarmente diffuso nel Paese, ha pochi eguali al mondo; dall'altra, l'analisi dei consumi degli Italiani dimostra che la variabile territoriale resta fra le più influenti sulla partecipazione culturale, discriminando fra profondi *gap* e brillanti eccellenze del nostro Paese.

Di fatto, il *paesaggio culturale* nazionale resta all'insegna di drammatici squilibri per quanto riguarda sia l'offerta di servizi, sia i diversi livelli di scolarità, reddito e disponibilità di tempo libero. Da qui il persistere, e anzi il radicalizzarsi, di un forte dualismo *centro-periferia*: quello che contrappone le regioni del Nord-Centro a quelle del Sud-Isole, le aree urbane metropolitane o medio-grandi ai comuni piccoli e piccolissimi e, di fatto, una *dorsale* di grandi attrattori (luoghi ed eventi culturali *blockbuster*) alla miriade di *beni minori* disseminati pressoché in ogni angolo del Bel Paese.

Fig. 1. La piramide dei consumi culturali degli Italiani: anno 2011 (v.%)*



(*) Italiani di 6 anni e più (per radio, televisione e pc il riferimento è a 3 anni e più).

Fonte: Istat, 2012 (con adattamenti).

1. Uno sguardo d'insieme: la piramide dei consumi culturali

La penetrazione dei consumi culturali, sia domestici che *outdoor*, rende conto di una stratificazione sociale assai differenziata: un'ideale *piramide*, che vede alla base il consumo televisivo (Fig. 1). A tutt'oggi, la tv resta, infatti, il passatempo culturale più diffuso nelle case e nelle famiglie italiane: per questo svago, caratterizzato da una bassa soglia di accesso, in termini tanto culturali quanto economici,

² Sull'innovazione dei consumi culturali negli anni Novanta, si segnalano in particolare le analisi curate dal Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale dell'Università "La Sapienza" di Roma (Morcellini, 2005; Martino, 2005; Mingo, 2003).

e fruibile oggi in una molteplicità di declinazioni tecnologiche (digitale terrestre, satellitare, web-tv e mobile tv), il pubblico continua a coincidere sostanzialmente con la totalità della popolazione.

La quasi assoluta *universalità* del consumo televisivo conferma un'impareggiabile forza di *mainstreaming* culturale sulla società italiana, pur in epoca di piena esplosione dei *network* digitali: nel 2011, a guardare la tv è infatti il 94% degli Italiani, dei quali solo una nicchia di *telespettatori occasionali* (9,4%) che dichiarano di fruire del mezzo non quotidianamente. Insieme alla tv, sono i media più tradizionali a occupare le prime posizioni di un'ideale *top ten* degli svaghi culturali preferiti dagli Italiani: radio (59%), quotidiani (54%), cinema (53,7%), incalzati ormai da vicino da personal computer (52,2%) e Internet (51,6%).

Il *vertice* della piramide continua invece a concentrare le diverse espressioni del consumo colto e *di qualità* che, negli anni più recenti, hanno tutte dato prova di ridurre le distanze rispetto ad altre e più popolari forme di intrattenimento culturale: nell'ordine, libri (45,3%), visite a musei e mostre (29,7%), siti archeologici e monumenti (22,9%), spettacoli teatrali (21,9%), concerti di musica leggera (20,8%). Seguono, con un netto distacco, i concerti classici, circoscritti a una *nicchia*, ancorché in crescita, della popolazione (10,1%).

2. L'utilizzo dei media e delle tecnologie

Dalla seconda metà degli anni Novanta, l'inarrestabile innovazione tecnologica legata al digitale ha ridisegnato profondamente lo scenario culturale domestico, favorendo una tendenziale *disinfiammazione* del pubblico dai tradizionali consumi *generalisti* (Morcellini, 2005).

Nell'ultimo quindicennio, le serie storiche dell'Istat registrano, in particolare, una sensibile disaffezione dalla lettura di quotidiani (-7,1%: Tab. 1), per i quali si può parlare di vera e propria emorragia soprattutto dopo il 2007 e fra le giovani generazioni, solo in parte temperata dalla crescente popolarità dei quotidiani *on line*. A questa tendenza si accompagna un altrettanto significativo decremento del numero di Italiani che seguono la programmazione sia radiofonica (-4,1%) che televisiva (-1,7%). E, a riprova della tendenziale emersione di orientamenti *post-generalisti*, a diminuire ancor più negli anni è l'intensità della fruizione: il pubblico sia radio-televisivo che dei lettori si caratterizza, infatti, per un'incidenza crescente di utenti *occasional*, soprattutto nelle fasce d'età più giovani.

Si tratta di tendenze quantitativamente rilevanti nella misura in cui accomunano alcuni fra i consumi più tradizionali e *anelastici* e, in particolare, la dieta culturale dei più giovani. Ma, soprattutto, la progressiva presa di distanze dal generalismo (solo in parte nascosta dall'invecchiamento della popolazione), offre un primo e importante indicatore del diversificarsi degli interessi del pubblico anche e soprattutto in funzione di consumi culturali tradizionalmente considerati *di qualità*.

Non a caso, fra le attività rilevate dall'Istat è la sola lettura di libri a dare prova di un *trend* positivo, nonostante i pesanti effetti della crisi economica nel ridimensionare il mercato editoriale³. Rispetto a quindici anni prima, nel 2011 l'incidenza

³ Già prima della crisi (i cui effetti recessivi si confermano pienamente nel 2012), l'Italia risultava agli

dei lettori (45,3%) risulta in crescita di 3,7 %; l'abitudine alla lettura continua a coinvolgere soprattutto il pubblico femminile (51,6%, contro il 38,5% degli uomini) e i giovani in età scolare (in particolare, il 62% dei ragazzi tra gli 11 e i 14 anni e oltre metà fra i 15 e i 24). Ciononostante, i dati segnalano un indice di lettura ancora drammaticamente distante dagli altri Paesi europei, che suona peraltro paradossale se rapportato all'imponente numero di biblioteche (di cui oltre 12.000 pubbliche) diffuse su tutto il territorio nazionale. Nel 2011, di fatto, *oltre metà della popolazione resta completamente digiuna dall'abitudine alla lettura*; e, peraltro, per la prima volta l'incidenza dei lettori risulta in calo, a interruzione di un pluriennale *trend* di crescita. In quasi la metà dei casi e soprattutto fra i più giovani, la lettura costituisce inoltre un comportamento *debole*, poco abituale: è quasi la metà dei lettori (45,6%) a dichiarare, infatti, di aver fruito di non più di tre libri all'anno.

Tab. 1. Consumi radio-televisivi e letture: anni 1997-2011 (v.%)

ANNI	Televisione (a)	Radio (a)	Quotidiani almeno una volta a settimana (b)	Libri (b)(c)
1997	95,7	63,1	61,1	41,6
1998	95,1	62,6	57,8	41,9
1999	94,4	62,1	56,9	38,3
2000	93,6	62,5	57,0	38,6
2001	94,5	63,1	58,9	40,9
2002	94,3	62,6	59,6	41,4
2003	94,7	64,3	57,6	41,3
2004	-	-	-	-
2005	94,5	63,8	58,1	42,3
2006	94,2	63,0	58,3	44,1
2007	93,8	62,8	58,1	43,1
2008	94,3	59,8	56,6	44,0
2009	93,6	59,8	56,2	45,1
2010	93,5	59,5	55,0	46,8
2011	94,0	59,0	54,0	45,3
Variazione 1997-2011 (%)	-1,7	-4,1	-7,1	+3,7

(a) Italiani di 3 anni e più; (b) Italiani di 6 anni e più; (c) almeno un libro negli ultimi 12 mesi; (-) informazioni non rilevate.

Fonte: Istat, 2012 (con adattamenti).

ultimi posti in Europa per titoli pubblicati rispetto alla popolazione: un indicatore eloquente della staticità che la nostra industria editoriale tende tradizionalmente a percepire nella domanda di lettura espressa dal mercato. Per un'approfondita analisi della produzione editoriale e dei comportamenti di lettura nel Paese (attraverso dati forniti dall'Istat e da altre fonti), si rimanda al rapporto annuale dell'Associazione Italiana Editori (AIE, 2012).

Tab. 2. Consumi radio-televisivi e letture per ripartizione geografica: anno 2011

RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	Televisione (a)	Radio (a)	Quotidiani almeno una volta a settimana (b)	Libro (b)(c)
NORD-OVEST	93,2	61,4	59,9	53,8
NORD-EST	93,6	63,8	62,9	53,2
CENTRO	94,1	57,3	55,9	48,1
SUD	95,9	55,9	41,9	31,8
ISOLE	92,6	54,6	47,1	34,5

a) Italiani di 3 anni e più; (b) Italiani di 6 anni e più; (c) almeno un libro negli ultimi 12 mesi.

Fonte: Istat, 2012 (con adattamenti).

Tab. 3. Personal computer e Internet: anni 2001-2011 (v.%)

ANNI	Uso del pc (a)					Uso di Internet (b)				
	Tutti i gg.	Una o più volte a sett.	Qualche volta al mese	Qualche volta all'anno	Tot.	Tutti i gg.	Una o più volte a sett.	Qualche volta al mese	Qualche volta all'anno	Tot.
2001	16,8	14,5	3,5	2,0	36,8	7,1	13,4	4,1	2,4	27,0
2002	19,0	13,4	3,0	1,6	37,0	8,5	12,5	4,0	2,2	27,2
2003	19,6	13,8	3,5	1,8	38,7	9,1	13,4	4,9	2,6	30,0
2004	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2005	20,6	14,3	3,4	1,5	39,8	11,1	13,8	4,7	2,2	31,8
2006	22,9	13,4	3,3	1,8	41,4	14,1	13,2	4,4	2,3	34,0
2007	23,8	12,8	2,3	2,8	41,7	16,1	13,8	3,4	3,6	36,9
2008	24,4	15,7	3,5	1,3	44,9	17,7	16,4	4,2	2,0	40,3
2009	27,0	15,9	3,3	1,3	47,5	21,8	17,1	4,0	1,5	44,4
2010	30,7	16,0	2,9	1,3	50,9	26,4	17,7	3,5	1,4	49,0
2011	31,3	16,5	3,2	1,2	52,2	28,3	18,2	3,6	1,5	51,6
Variazione 2001-2011 (%)	+14,5	+2,0	-0,3	-0,8	+15,4	+21,2	+4,8	-0,5	-0,9	+24,6

(a) Italiani di 3 anni e più; (b) Italiani di 6 anni e più; (-) informazioni non rilevate.

Fonte: Istat, 2012 (con adattamenti).

Il livello di istruzione si conferma, ancora una volta, la variabile più influente sulla propensione individuale al consumo culturale. Quanto agli altri differenziali socio-economici (età, sesso, residenza), se la penetrazione del mezzo televisivo rende conto di una sostanziale uniformità, una distribuzione assai più variegata caratterizza la fruizione radiofonica e, soprattutto, la lettura di quotidiani e libri. Con particolare riferimento alla dinamica territoriale, essa vede in tutti i casi il primato delle regioni del Nord e del Centro, rendendo conto di marcati squilibri soprattutto nel caso dei libri: nei grandi centri urbani e al Centro-Nord l'indice di lettura risulta infatti decisamente superiore e in ascesa rispetto ai comuni medio-

piccoli e, soprattutto, alle regioni del Mezzogiorno, le quali continuano a scontare distanze drammatiche rispetto alla già poco esaltante media nazionale (Tab. 2).

A fronte della tendenziale crisi del generalismo, un ventaglio allargato di svaghi e di opportunità culturali è venuto a ridefinire, con un'accelerazione senza precedenti, le abitudini e gli stili del tempo libero degli Italiani e, in particolare, dei giovani, arricchendosi ogni giorno di nuove *convergenze* sotto il comun denominatore del digitale. In questo scenario, l'ambiente di Rete e lo spettro cangiante delle *nuove televisioni* si impongono come le espressioni paradigmatiche di un nuovo modello di domanda/offerta, improntato a inedite opportunità di *personalizzazione* dei consumi e degli svaghi domestici.

Dalla seconda metà degli anni Novanta, la Rete e il computer sono stati protagonisti di una penetrazione accelerata nel *media-mix* degli Italiani; il loro utilizzo coinvolge soprattutto i giovani (in particolare, fra gli 11 e i 24 anni), decrescendo in modo inversamente proporzionale all'età. L'utenza del pc, già raddoppiata tra il 1995 e il 2000, nel corso del decennio 2001-2011 è cresciuta di ben 15,4%, passando da poco più di un terzo (36,8%) a oltre la metà (52,2%) della popolazione (Tab. 3). Da parte sua, la crescita del *popolo* degli internauti ha proceduto a ritmi addirittura più elevati: la penetrazione della Rete è infatti pressoché raddoppiata nell'arco del decennio (+ 24,6%), arrivando a interessare nel 2011 più della metà degli Italiani (51,6%).

L'utilizzo di entrambi i media, inoltre, è ormai divenuto un comportamento usuale e *quotidiano* per oltre la metà degli utenti; l'incidenza dei forti fruitori risulta anche più eloquente se riferita alla totalità popolazione, rispetto alla quale è infatti *circa un italiano su tre a usare tutti i giorni il pc e a navigare giornalmente su Internet*.

Quanto alla distribuzione geografica, i dati relativi a Internet e al computer evidenziano un sensibile *gap* fra le regioni del Nord e del Centro e quelle insulari e del Sud, che tende ad accentuarsi per i comportamenti quotidiani di utilizzo (Tab. 4). Ed è la stessa diffusione delle dotazioni tecnologiche domestiche a presentare forti dislivelli sia nel caso del pc (presente nel 61% delle famiglie del Centro-Nord e nel 53% di quelle del Sud) che di Internet (presente nel 56,9% delle famiglie del Centro-Nord e nel 48,6% di quelle del Sud).

Tab. 4. Personal computer e Internet per ripartizione geografica: anno 2011 (v.%)

Ripartizione geografica	Uso del pc (a)					Uso di Internet (b)				
	Tutti i gg.	Una o più volte a sett.	Qualche volta al mese	Qualche volta all'anno	Tot.	Tutti i gg.	Una o più volte a sett.	Qualche volta al mese	Qualche volta all'anno	Tot.
Nord-Ovest	35,5	16,6	3,4	1,4	56,9	31,9	19,0	4,0	1,7	56,5
Nord-Est	33,8	17,8	3,8	1,6	57,0	30,1	19,4	4,4	2,1	55,9
Centro	33,6	17,0	2,8	1,0	54,4	31,2	18,5	3,3	1,1	54,2
Sud	25,1	15,9	2,6	0,8	44,4	22,6	17,0	2,8	1,1	43,6
Isole	25,8	14,9	3,3	1,2	45,3	23,2	15,7	3,8	1,4	44,0

(a) Italiani di 3 anni e più; (b) Italiani di 6 anni e più.

Fonte: Istat, 2012 (con adattamenti).

3. La partecipazione culturale *outdoor*

Fermenti non meno significativi, ancorché senza dubbio meno rutilanti rispetto al *fuoco d'artificio* della rivoluzione tecnologica, interessano il settore della cultura *outdoor*: è quanto prova la progressiva ascesa dei diversi spettacoli e intrattenimenti dal vivo, *senza alcuna esclusione*, nel tempo libero degli Italiani.

Di fatto, anche grazie all'accresciuta offerta di eventi, iniziative e servizi che hanno visibilmente concorso a rilanciare la vita culturale del territorio, dagli anni Novanta a oggi le statistiche registrano un costante aumento di pubblico per le diverse espressioni dell'arte e dello spettacolo dal vivo. Al riguardo, le serie storiche dell'Istat documentano un crescente interesse degli Italiani anche per consumi tradizionalmente giudicati elitari, quali musei, mostre, spettacoli teatrali, concerti, siti archeologici e monumenti storici (Tab. 5).

Tab. 5. Gli Italiani e la cultura dal vivo: anni 1997-2011 (v.%)*

ANNI	Cinema	Teatro	Musei, mostre	Concerti classici	Altri con- certi	Siti archeologici, monumenti
1997	44,4	17,0	26,8	8,8	17,7	21,5
1998	47,3	16,0	26,7	7,9	17,0	22,1
1999	45,0	16,7	26,8	8,9	17,4	21,5
2000	44,7	17,2	28,6	8,5	18,3	23,3
2001	49,5	18,7	28,0	9,1	19,0	21,5
2002	50,0	18,7	28,1	9,0	19,4	21,3
2003	48,1	17,9	28,5	8,8	20,5	22,6
2004	-	-	-	-	-	-
2005	50,7	19,9	27,6	8,9	19,6	21,2
2006	48,9	20,0	27,7	9,4	19,5	21,1
2007	48,8	21,0	27,9	9,3	19,2	21,6
2008	50,2	20,7	28,5	9,9	19,9	21,4
2009	49,6	21,5	28,8	10,1	20,5	21,9
2010	52,3	22,5	30,1	10,5	21,4	23,2
2011	53,7	21,9	29,7	10,1	20,8	22,9
Variazione 1997-2011 (%)	+9,3	+4,9	+2,9	+1,3	+3,1	+1,4

(*) persone di 6 anni e più che hanno fruito nell'anno di riferimento dei diversi spettacoli e intrattenimenti; (-) informazioni non rilevate.

Fonte: Istat, 2012 (con adattamenti).

Il *trend* espansivo ha premiato soprattutto il cinema (+ 9,3% rispetto al 1997), che torna così a confermarsi nel 2011 lo spettacolo preferito fuori casa, del quale

dichiara di aver fruito almeno una volta all'anno oltre metà degli Italiani (53,7%). Positive anche le tendenze riguardanti le visite a musei e mostre (+ 2,9%), che continuano ad attestarsi al secondo posto, dopo gli spettacoli cinematografici, nelle preferenze del pubblico (29,7%); e il teatro (+ 4,9%), di cui ha fruito in media un italiano su cinque (21,9%) e che, in particolare, resta l'unico, fra i diversi consumi considerati dall'Istat, a presentare un dato di penetrazione a dominante femminile. Quanto alle visite a siti archeologici e monumenti storici (emblematicamente rilevate dalle Indagini Multiscopo solo a partire dal 1997), anch'esse interessano circa un italiano su cinque (22,9%), esprimendo una lieve crescita nell'arco del quindicennio (+ 1,4%).

Più in generale, nel corso degli ultimi quindici anni l'interesse del pubblico ha premiato soprattutto i comportamenti di consumo *saltuari* a scapito di quelli abituali; tra i fruitori *outdoor* si conferma, inoltre, lo speciale primato di giovani e giovanissimi, in particolare nella fascia 11-24 anni. Anche la dinamica territoriale risulta significativamente influente sui livelli di domanda, vedendo ancora una volta un netto primato delle regioni del Centro e del Nord rispetto a quelle del Mezzogiorno: i *gap* più ampi si registrano per le visite a musei e mostre, per quelle a siti archeologici e monumenti e per la fruizione di spettacoli teatrali (Tab. 6).

Tab. 6. Consumi culturali *outdoor* per ripartizione geografica: anno 2011 (v.%)*

RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	Cinema	Teatro	Musei, mostre	Concerti classici	Altri concerti	Siti archeologici, monumenti
NORD-OVEST	55,4	22,9	36,2	10,9	20,3	27,0
NORD-EST	51,5	24,2	36,8	12,1	22,4	26,5
CENTRO	57,3	26,5	32,4	10,8	20,8	26,8
SUD	52,8	17,5	17,8	7,8	19,6	13,8
ISOLE	49,2	16,6	22,2	8,2	22,1	19,1

(*) persone di 6 anni e più che hanno fruito nell'anno di riferimento dei diversi spettacoli e intrattenimenti; (-) informazioni non rilevate.

Fonte: Istat, 2012 (con adattamenti).

3.1 Patrimonio artistico-culturale

Con particolare riferimento allo straordinario patrimonio artistico-culturale di cui il nostro Paese è depositario, l'andamento degli afflussi e della spesa per musei, monumenti e aree archeologiche statali è fotografato dai dati del Ministero per i Beni e le Attività Culturali (MiBAC)⁴.

In aggiunta agli oltre 4 mila musei non statali, i quali ben valgono all'Italia l'appellativo di "museo diffuso", nel 2011 risultano complessivamente aperti al pubblico 208 musei e gallerie e 216 monumenti e aree archeologiche (ivi inclusi circuiti museali⁵) gestiti dallo Stato. Per oltre tre quarti, i complessivi 424 istituti

⁴ Si rinvia alle elaborazioni riportate sul portale statistico del Ministero: www.statistica.beniculturali.it

⁵ I circuiti museali identificano l'offerta aggregata di strutture accessibili con biglietto cumulativo.

statali di antichità e arte sono concentrati nelle regioni del Centro (40,1%) e nel Mezzogiorno (34,7%).

Gli ultimi anni hanno assistito a una sensibile e costante ascesa dell'interesse per questi luoghi della cultura, per un indotto che – nei soli musei, monumenti e aree archeologiche statali – ammonta complessivamente a oltre 110 milioni di Euro nel 2011: un dato che, nell'arco di un quindicennio, esprime un vistoso *raddoppio della spesa del pubblico*. Alla suddetta spesa corrisponde un totale di oltre 40 mila visitatori, fra Italiani e stranieri, che segnano un complessivo *aumento di oltre 14 milioni di visite* rispetto al 1997 (Tab. 7).

Tab. 7. Visitatori e introiti di musei, monumenti e aree archeologiche statali: anni 1997-2011 (v.a.)

ANNI	<i>Istituti statali</i>	<i>Totale visitatori</i>	<i>Introiti lordi (Euro)*</i>
1997	360	26.062.485	56.248.195,76
1998	364	27.729.369	65.973.241,34
1999	366	27.295.568	66.005.067,63
2000	380	30.175.826	77.017.081,84
2001	387	29.543.020	80.975.604,64
2002	392	30.268.487	85.844.522,17
2003	401	30.451.243	85.288.381,73
2004	403	32.226.640	90.087.582,63
2005	403	33.048.137	93.971.432,98
2006	402	34.574.591	104.233.745,40
2007	400	34.443.097	106.033.150,64
2008	401	33.106.648	104.009.528,94
2009	423	32.380.144	97.051.940,94
2010	424	37.336.961	104.484.306,34
2011	424	40.134.446	110.430.671,68
Variazione 2011-1997 (v.a.)	+ 64	+ 14.071.960	+ 54.182.475,92

(*) Al lordo dell'eventuale aggio spettante al concessionario del servizio di biglietteria, ove presente.

Fonte: www.statistica.beniculturali.it, *Rilevazioni e dati statistici (con adattamenti)*.

L'offerta artistica si conferma il *core* del sistema museale italiano e la voce più trainante dell'attrattiva che quest'ultimo esercita a livello nazionale e nel mondo.

Non a caso, la vitalità del settore artistico-culturale è testimoniata dal particolare rilievo assunto dal fenomeno del *turismo culturale*, oggi la voce più dinamica del fatturato turistico nazionale: città e località di interesse storico-artistico arrivano infatti a concentrare *circa un terzo delle destinazioni che hanno come meta l'Italia*, dando prova di una speciale capacità attrattiva soprattutto sui viaggiatori stranieri, di cui rappresentano la meta lungamente preferita.

Occorre rilevare, al tempo stesso, fortissime polarizzazioni della domanda: la concentrazione dei musei artistici più visitati nelle principali città d'arte del Centro e del Nord del Paese segnala, infatti, uno schiacciante primato dei grandi centri metropolitani, a fronte della marginalità delle città d'arte *minori* e della prevalente vocazione archeologica caratterizzante le regioni dell'Italia meridionale. Basti pensare che i primi 10 istituti statali più visitati nel 2011 hanno raccolto oltre un terzo del pubblico (36%) e addirittura tre quarti degli introiti totali (75%), divenendo non a caso la preda più ambita per mecenati e sponsor interessati a sfruttare la visibilità di queste vere e proprie *icone* della cultura globale.

Rispetto ad andamenti così netti, l'inasprirsi della crisi economica non ha mancato di produrre un lieve rallentamento. È quanto segnala il calo di visitatori che, nel biennio 2008-2009, non ha risparmiato molti fra i principali siti culturali, soprattutto nelle grandi città d'arte; e, ancor più, il fatto che a invertire la tendenza nel 2010-2011 abbia contribuito soprattutto l'aumento delle visite gratuite, visibilmente privilegiate nelle preferenze del pubblico rispetto a quelle a pagamento.

3.2 Spettacolo dal vivo

A partire dagli anni Novanta, l'ampliamento dell'offerta di eventi e spettacoli dal vivo ha visibilmente concorso ad *animare* la vita culturale del territorio. Secondo i dati forniti dalla Società Italiana degli Autori ed Editori (Siae, 2012), nel corso del 2008 gli Italiani hanno complessivamente speso quasi 2 miliardi e mezzo di Euro per biglietti e abbonamenti allo spettacolo dal vivo, di cui quasi 700 milioni destinati alla fruizione cinematografica, 375 circa a spettacoli teatrali e quasi 356 a manifestazioni sportive (Tab. 8).

A questo volume di spesa al botteghino corrispondono complessivi 243 milioni di ingressi, assorbiti per quasi la metà dal cinema.

Dopo anni di crescita più o meno costante, l'acuirsi della crisi economica a partire dal 2008 ha esposto il settore a un calo di oltre 4 milioni di ingressi, proseguito anche nel 2011, e a un generale rallentamento della spesa al botteghino per gli spettacoli a pagamento, in flessione nel 2011 dopo anni di crescita costante. È invece il sistema di offerta a consolidare una robusta crescita del numero di spettacoli lungo il quinquennio (+ 1.520.794), confermando una tendenza positiva anche rispetto al 2010.

La congiuntura risulta critica soprattutto per gli spettacoli teatrali: questi ultimi registrano infatti una sensibile diminuzione sia degli ingressi che della spesa al botteghino, mentre fino al 2006 erano stati protagonisti di un *trend* espansivo che li aveva condotti a compiere uno storico sorpasso sulla spesa del pubblico per manifestazioni sportive. Viceversa, sono mostre ed esposizioni a dar prova della migliore *performance*, capitalizzando un significativo incremento della spesa, degli in-

gressi e dello stesso numero di spettacoli rispetto al 2007. E, anche in questo caso, i dati non mancano di segnalare un marcato affollamento del pubblico nelle capitali dell'arte e intorno a pochi eventi *di massa*, come dimostra il fatto che le dieci mostre di maggiore successo realizzate nel corso del 2011 (di cui ben sette a Roma e Milano) abbiano concentrato un totale di circa 2 milioni e mezzo di visitatori⁶.

Tab. 8. Ingressi e spesa al botteghino per spettacoli dal vivo: anni 2007-2011 (v.a.)

<i>Attività</i>	<i>Numero spettacoli</i>	<i>Ingressi</i>	<i>Spesa al botteghino (Euro)</i>
Totale 2007	2.617.383	247.532.396	2.191.059.103,29
Totale 2008 (*)	2.788.190	239.673.035	2.204.136.956,21
Totale 2009 (*)	3.008.865	239.474.955	2.279.787.117,17
Totale 2010 (*)	3.787.234	248.688.899	2.370.295.236,50
2011			
Cinema (*)	2.975.624	112.119.910	697.209.369,87
Attività di ballo e concertini	739.428	31.762.480	307.807.420,82
Teatro	136.577	22.319.213	374.068.100,11
Attività sportiva	136.207	28.334.475	355.923.261,73
Mostre ed esposizioni	44.257	20.319.330	125.034.058,04
Concerti (classici, leggeri, jazz)	37.144	11.701.789	259.921.387,32
Attrazioni viaggianti e parchi divertimento	27.701	15.149.686	218.128.305,12
Altre manifestazioni	41.239	1.398.853	9.029.883,30
Totale 2011	4.138.177	243.105.736	2.347.121.786,31
Variazione 2011-2007 (v.a.)	+ 1.520.794	- 4.426.660	- 156.062.656,02

(*) Dal 2008 la rilevazione del numero di spettacoli cinematografici fa riferimento alle singole proiezioni, mentre negli anni precedenti, in assenza di variazioni di programmazione o prezzo del biglietto nel corso della stessa giornata, un evento di spettacolo corrispondeva alla singola giornata.

Fonte: Siae, 2012 (con adattamenti).

Conclusioni. Verso una domanda culturale matura

Tendenze come quelle descritte collocano la cultura fra i capitoli più appassionati dell'innovazione in atto negli stili di vita e nel tempo libero degli Italiani, soprattutto per consumi tradizionalmente considerati elitari, come dimostrano il superamento della dimensione di *nicchia*, il tendenziale avvicinamento agli standard europei e, di fatto, un'attrattiva sul pubblico che pare indubbiamente superiore rispetto al recente passato.

Da una parte, pare persino scontato insistere sulla specificità del caso italiano,

⁶ Per questa elaborazione, basata su dati forniti da «Il giornale dell'arte», si rinvia all'ottavo rapporto annuale di Federculture (Grossi, 2012).

alla luce della ben nota *anomalia* nazionale nel settore dei beni culturali: quella che scaturisce da una capillare concentrazione del patrimonio storico-artistico, unico al mondo per ampiezza e ricchezza delle espressioni (a testimonianza di pressoché tutte le epoche) ma, ancor più, per il suo profondissimo radicamento nella tradizione e nell'identità del Paese. D'altra parte, dalla fine degli anni Novanta un deciso salto di qualità si deve al crescente dinamismo che il settore artistico-culturale ha saputo esprimere grazie al potenziamento della struttura d'offerta (privatizzazioni, servizi *aggiuntivi*, estensione degli orari di apertura ecc.), congiuntamente a un sempre più deciso orientamento al marketing e alla comunicazione da parte degli operatori del settore.

Le statistiche provano che al rinnovamento dell'offerta non ha mancato di far seguito una pronta risposta da parte del pubblico. Tuttavia, è evidente che molto resti da fare per promuovere nel nostro Paese una *domanda culturale matura*, anche grazie a un'offerta meno indifferenziata rispetto a quella tutt'oggi dominante nel panorama nazionale. In aggiunta ai drammatici indici di lettura, le statistiche segnalano che la penetrazione di tutti i consumi culturali *outdoor* continua ad attestarsi sotto la soglia del 30% della popolazione (con l'unica eccezione del cinema), tendendo troppo spesso a privilegiare i luoghi e gli eventi di più forte richiamo. Di fatto, la fruizione dei beni e delle attività culturali resta all'insegna di forti disparità sociali e territoriali; e sono soprattutto le comparazioni internazionali (prime fra tutte, quelle periodicamente effettuate dall'Eurostat, l'ufficio statistico della Commissione Europea) a documentare la persistenza, a tutt'oggi, di rilevanti distanze rispetto al dinamismo di altri Paesi.

In questo scenario, come si è visto, la crisi non ha mancato di farsi sentire. È quanto segnala la tendenza del pubblico a privilegiare la fruizione gratuita rispetto a quella a pagamento; e, soprattutto, il fatto che il rallentamento dell'ultimo triennio abbia interessato, in particolare, i consumi più onerosi nel bilancio individuale e familiare: ovvero quelli che – a parità di competenza culturale – tendono a variare più *elasticamente* in funzione del reddito perché implicanti un *esborso diretto* (biglietto o abbonamento), *spese accessorie* (per spostamenti, cura personale, ecc.) oppure l'acquisto di specifiche *attrezzature* (*hardware* e *software* tecnologico, ecc.).

Al tempo stesso, è proprio una speciale capacità di reggere alla crisi economica a testimoniare la vitalità del settore culturale. E, a ben guardare, anche le ampie sacche di *consumo debole* e di *non consumo*, che continuano tutt'oggi a penalizzare il mercato italiano, finiscono per identificare enormi bacini di *potenziali fruitori*⁷ per le diverse espressioni dell'arte e dello spettacolo, in grado di concorrere a una vincente *via italiana* contro il declino.

⁷ In particolare, giovani, famiglie con figli, pubblici *multiculturali*, insieme alla platea dei *nuovi anziani* portatori di una sempre più dinamica domanda culturale.

Riferimenti bibliografici

- AIE, (2012) *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia*
- Grossi R. (a cura di), (2012) *Cultura e sviluppo. La scelta per salvare l'Italia*, 24 Ore Cultura, Milano
- Istat, (2012) *Annuario statistico italiano 2011*, www.istat.it
- Morcellini M. (a cura di), (2005) *Il Medioevo italiano. Industria culturale, tv e tecnologie fra XX e XXI secolo*, Carocci, Roma
- Mingo I. (a cura di), (2003) *Il tempo del loisir. Media, new media e altro ancora*, Guerini e Associati, Milano
- Martino V., (2005) *Non solo media. Scenari, fonti e percorsi di ricerca sul tempo libero*, Franco Angeli, Milano
- Siae, (2012) *Annuario dello Spettacolo 2011*, Roma, www.siae.it

UN ANALFABETISMO COMPETITIVO.
L'EDITORIA MARCHIGIANA
TRA INDUSTRIA CULTURALE E INDUSTRIA CREATIVA

di Giorgio Mangani

Abstract

Economic data show that the Marche are characterized by a high presence of editorial enterprises and cultural publishers, which is similar to that of other regional areas, such as Umbria, that however display a higher relative visibility. However the creation of a possible “district” seems a rearguard objective, if we consider the large (cultural, technological, and productive) transformations that are taking place, and the specific features of the Marche. The development of a creative business of a new generation, linked to the local manufacturing tradition, seems to have higher chances, even if it is characterized by models and forms of cultural consumption which are far from the traditional book production and circulation. In this regard, the scarce literacy of the regional society could turn from a historical deficit into a competitive factor.

Le Marche non sono mai state una regione di lettori forti. Tutta una tradizione di lungo periodo certifica un atavico analfabetismo delle classi popolari, ma anche scarsa dimestichezza con la lettura delle classi dirigenti.

D'altra parte chi era appassionato di libri, nelle Marche ai tempi di Leopardi, che sono già anni moderni, era considerato uno stravagante. In questo, Monaldo Leopardi e suo figlio Giacomo furono davvero molto simili. Padre Matteo Ricci, nella Cina del XVII secolo, si stupiva della grande potenza ed efficacia del sapere scritto tra le classi dirigenti locali, tanto da utilizzarlo a fini di evangelizzazione, e forse il suo stupore derivava dalla sua origine maceratese.

Eppure la vivacità editoriale delle Marche del Novecento è stata consistente, proporzionale al suo tradizionale policentrismo. Ma forse si è trattato più di *arte della stampa* che di vera industria culturale a causa della difficoltà, storica e geografica, di organizzare un pubblico estremamente piccolo, molto segmentato e frazionato.

I tentativi, anche di successo, non sono mancati e non è casuale che si siano concentrati nel periodo in cui le Marche hanno modificato il loro tradizionale modello produttivo, passando da regione agricola ad una delle più industrializzate del paese.

Negli anni Ottanta del Novecento, tanto per fare qualche esempio, la vivacità

dell'Università di Urbino ha creato le condizioni per lo sviluppo della casa editrice universitaria Quattro venti, nata nell'alveo di una ormai storica (e ad oggi non più attiva) libreria urbinata. Ad Ancona, nello stesso periodo, il marchio Transeuropa, nato all'interno de Il Lavoro Editoriale, ha avuto per una decina di anni il monopolio dei nuovi narratori italiani con successi internazionali come *Jack fruscante è uscito dal gruppo* (1994) dell'esordiente Enrico Brizzi, tradotto in numerose lingue e trasferito anche sullo schermo cinematografico, o come la serie dedicata agli scrittori "Under 25" creata da Pier Vittorio Tondelli. A Macerata, grazie a una rete di relazioni e contatti legati alla figura del filosofo Giorgio Agamben, che aveva insegnato per qualche tempo in quella università, è nata e si è sviluppata una casa editrice, Quodlibet, che ha saputo coniugare una offerta e riproposta di libri di filosofia in grado di uscire dagli specialismi e dialogare con la cultura contemporanea. A Loreto, città per sua natura globale, ha saputo conquistare un pubblico internazionale la *Eli edizioni*, attiva nella edizione di libri per la scuola e l'insegnamento delle lingue, punta di un iceberg che comprende un piccolo distretto di aziende operanti nel settore dei libri per ragazzi del quale fa parte anche il Gruppo editoriale Raffaello di Monte San Vito.

Il panorama editoriale è tuttavia assai più ampio e complesso e comprende altri marchi che hanno l'ambizione di guadagnarsi un consenso nazionale nella letteratura e saggistica, come Pequod (Ancona), Halley (Matelica), Liberilibri (Macerata), Metauro edizioni (Pesaro), Cattedrale (Ancona), insieme ad altri che si sono occupati di dialogare prevalentemente con gli autori e i lettori marchigiani (come il mio Il Lavoro Editoriale, ormai al trentaduesimo anno di attività¹ e con un catalogo ampiamente digitalizzato, cui si sono affiancati nel tempo Andrea Livi Editore a Fermo e Affinità elettive ad Ancona), mentre il settore universitario si è recentemente arricchito dei marchi Ancona University Press ed Eum (Edizioni dell'Università di Macerata).

È naturale che, per un territorio regionale come le Marche, la presenza di una vivacità di questo genere, indipendentemente dalle sue dimensioni, è comunque una risorsa di sviluppo, sulla quale peraltro non è ancora maturato un serio ragionamento critico né una attenzione politica significativa. Una risorsa che agisce sul territorio sia per il carattere sofisticato dei suoi prodotti, che per le dinamiche produttive tipiche dell'industria culturale, così poco sviluppata nelle Marche e che, per di più, registrano una cronica carenza di terziario e soprattutto di terziario cosiddetto avanzato.

Guardando ai numeri della statistica, troviamo conferma delle piccole dimensioni del fenomeno, nonostante la sua vivacità, ma anche di una obiettiva difficoltà a modificare il comportamento pubblico marchigiano verso i libri e la lettura.

Le indagini Istat² più recenti (2010-2011) registrano nelle Marche venti editori, tra i quali tre soli grandi (cioè in grado di pubblicare più di cinquanta titoli l'anno)

¹ Cfr. *Il Lavoro Editoriale. Catalogo storico, 1979-2009*, Il Lavoro Editoriale, Ancona, 2009.

² Istat, *La produzione e la lettura di libri in Italia. Anni 2010 e 2011*, Roma, Istat, on line; Peresson, 2011.

che, rispetto ai trentasette dell'Umbria (di cui quattro grandi), forse l'area regionale più ragionevolmente comparabile, non sono pochi.

Tanto per fare un confronto, l'Emilia-Romagna e la Toscana ne hanno rispettivamente 148 e 149 (di cui 21 grandi ciascuna).

Come è noto, oltre un terzo delle case editrici italiane si concentra in Lombardia e nel Lazio (il 36,2%), sicché anche le due regioni citate del Centro-Nord restano molto distanziate dai vertici della classifica (il Lazio ha duecentosessantasei editori di cui trenta grandi, la Lombardia ne ha trecentotrentuno di cui settantuno grandi). Ma questi sono solo numeri.

Se cerchiamo di capire di più nel merito, vediamo che le Marche, nel 2010, hanno pubblicato lo 0,8% dei libri italiani (l'Umbria, con diciassette editori in più, arriva all'1,3%) nel quadro di un generale calo di titoli del 26,2% e delle tirature del 40%. Nel 2011 43,4 persone su cento di oltre sei anni di età hanno letto almeno un libro negli ultimi dodici mesi (in Umbria erano il 40%, in Lombardia il 54%, nel Lazio il 49,1%). Dunque senza grandi sbilanciamenti reciproci, nonostante il carattere molto più blasonato della Lombardia, tradizionale capitale dell'editoria italiana, tra regioni grandi e piccole.

Di quel 43,4% di lettori marchigiani, solo il 9,5% aveva letto dodici o più libri nel 2010, il 39,8% dai quattro agli undici, il 50,7% da uno a tre. In Lombardia del 54% dei lettori, il 19,6% aveva letto dodici o più libri.

Si potrebbe dedurre che, pur nelle sensibili, ma fisiologiche differenze, quanto a consumi, le Marche si collocano in una fascia perfettamente media.

Ancora simile all'Umbria il dato che riguarda le biblioteche domestiche: il 9,8% delle famiglie marchigiane, nel 2011, non possedeva libri (in Umbria il 10,5%, in Lombardia il 5,9%, nel Lazio l'8,2%), mentre il 23,9% delle famiglie possedeva più di cento libri (in Umbria il 27,6%, in Lombardia il 29,6%, nel Lazio il 29,1%).

Dunque i libri esistono, in qualche modo circolano; in Umbria se ne conservano forse un po' di più, ma non se ne leggono di più delle Marche, sempre per continuare il confronto con una regione vicina per dimensioni e caratteristiche, ma che negli ultimi decenni ha avuto un profilo editoriale più pubblicizzato e valorizzato delle Marche.

Le analisi sin qui esposte possono forse fornire qualche dritta sul comparto produttivo editoriale e sul consumo di libri, ma sono davvero poco utili dal punto di vista delle politiche culturali. Esse non ci dicono nulla sui libri acquistati (anche se le classifiche dei best seller – rispetto alle quali le Marche si collocano ancora una volta in una posizione mediana, stando ai dati generali – sono abbastanza chiare), né sulle caratteristiche delle case editrici censite, tanto meno sul loro rapporto con i territori di appartenenza.

Nel suo libretto dedicato all'editoria delle Marche del 2011 (*Per piccina che tu sia. L'editoria di cultura in Italia: il caso Marche*), Valentina Conti descriveva con sarcasmo, come il repertorio di una *wunderkammer*, il catalogo dei 134 editori marchigiani censiti dal *Giornale della Libreria* alla fine degli anni Novanta (134 rispetto ai venti censiti dall'indagine Istat 2010-11), che sembra una desolante accozzaglia di stranezze. «(Vi) si riconoscono un antiquario, un circuito di animalisti,

un'associazione o qualcosa che vende arte contemporanea, un produttore discografico che produce anche fotoromanzi *online*, un produttore di agende e calendari, un fotografo, autore di due titoli fotografici sulle Marche, diversi centri studi che si dedicano a Leopardi o Alberico Gentili, un paio di fondazioni, una cooperativa libraria universitaria, un ente parco dei Sibillini, le tipografie Errebi, Fabriano, Stampa Nova, Tecnoprint, L'Informatore Piceno e i suoi 21 titoli sulle conchiglie, una scuola di grafologia, un'associazione di promozione sociale, un centro benessere, l'editore La Sovrana e i suoi 30 titoli di elettronica, l'editore Cupido e suoi 32 titoli di ingegneria, un monastero, alcuni editori (2) purtroppo non più attivi, due università, una società italiana di infrastrutture, un partito che si chiama Partito Internet, due agenzie pubblicitarie, un'azienda che produce banconi per alimenti, alias la casa editrice Ifi www.ifi.it di Tavullia, un *meet-up* di Beppe Grillo, un editore che nel 2006 ha pubblicato un libro su 40 cuochi, diversi editori che pubblicano libri per gli asili e le scuole elementari» (Conti, 2011).

L'analisi del fenomeno editoriale delle Marche non registra, oltre al pamphlet di Valentia Conti, indagini specifiche. In genere, comunque, il dibattito si muove su un doppio registro. Da una parte, si propone un sistema di sostegni e incentivi alla produzione editoriale che si rivolgono al generico comparto produttivo; dall'altra, si cerca di richiamare l'attenzione dei responsabili delle politiche pubbliche ad una selezione di quelle imprese che hanno con un preciso progetto culturale; atteggiamento che impone scelte di contenuto e non solo sostegni indiretti.

In un dibattito altrimenti piuttosto depresso, le riflessioni di Valentina Conti collegano il caso marchigiano con le analisi dedicate da André Schiffrin (animatore per molti anni della *Pantheon Books* di New York) all'editoria francese ed anglo-americana ed ai vistosi processi che hanno caratterizzato quei paesi (Schiffrin, 2006; *Id.*, 2010).

La perdita di identità delle sigle, la rincorsa generalizzata al best seller, la scomparsa delle librerie indipendenti hanno omologato il mondo dell'editoria di cultura a quello della produzione delle merci. Oltre a un maggior controllo pubblico sulle concentrazioni, sostiene Schiffrin, serve un intervento pubblico capace di riequilibrare questo fenomeno a vantaggio dei lettori e degli autori. Osservazioni sensate anche da un punto di vista liberale del mercato, considerata per di più l'epocale trasformazione produttiva in corso che si muove nella direzione del digitale e dell'e-book, ancora poco significativa, ma in crescita costante sia nel mercato dei libri che dei giornali.

I nodi della questione sono quindi due: tentare di costruire anche nelle Marche una forma di industria culturale o sviluppare quella che viene definita una *industria creativa*.

Anche se attente alla componente creativa dell'editoria marchigiana, le proposte emerse nel corso dei dibattiti sul tema hanno teso, però, a imitare le tradizionali formule dei servizi all'impresa (creazione di agenzie, accesso agevolato al credito, incentivi e contributi per le traduzioni, ecc.), che hanno un senso solo nel quadro di uno scenario di sviluppo regionale diverso da quello sperimentato finora, nel quale i consumi culturali a pagamento siano più quantitativamente significativi (quando invece si registra il contrario).

Il metodo del sostegno di un potenziale distretto editoriale regionale, peraltro, ha senso per una impresa editoriale di tipo classico che operi nelle Marche in modo congiunturale, con un programma che miri alla intercettazione di un mercato nazionale e globale, cioè di una casa editrice che operi nel territorio regionale per motivi del tutto casuali o per scelta di convenienza. Ma non è efficace probabilmente se si intende cercare di sviluppare una industria creativa capace di interpretare originalmente la cultura, la storia e l'identità delle Marche in forme critiche e innovative. Per questo genere di progetto le Marche, per quanto possano essere riorganizzate in maniera efficace, non hanno i numeri che consentano di reggere una industria culturale. Il punto nodale, in questo caso, è la costruzione di una più forte integrazione tra la produzione editoriale di cultura e il sistema culturale regionale complessivo, ancora profondamente arretrato, in questo ambito, e disperso in forti segmentazioni. Scarsissimi rapporti tra impresa produttiva e cultura, nessun rapporto, se non casuale e occasionale, tra produzione culturale ed editoriale, i giornali, le tv, la classe dirigente e persino tra organismi culturali diversi come le università, i centri di ricerca, le fondazioni bancarie e le banche che, tranne poche eccezioni, puntano a pubblicare opere di carattere a volte qualificato, a volte meno, ma in assenza di un complessivo progetto di sinergia tra ricerca, produzione editoriale, circolazione delle idee e ricezione dei contenuti culturali. In sostanza continuiamo a parlare di stampa, forse di editoria, ma quasi mai di circolazione integrata di idee, informazioni, creatività.

È vero che esiste nelle Marche una consolidata tradizione di produzione editoriale legata agli istituti di credito e alle fondazioni bancarie. Il fenomeno, tuttavia, è in fase di profondo ridimensionamento per effetto delle concentrazioni, che hanno notevolmente ridotto la quantità dei soggetti attivi in sede locale. Il carattere di questa produzione (in genere libri illustrati dedicati alla storia e all'arte dei territori di interesse), finché è stata vivace, ha poi interessato solo marginalmente le case editrici locali, ma prevalentemente stampatori o editori attivi nel campo dei libri d'arte o illustrati per lo più provenienti da regioni editorialmente più forti.

Questa difficoltà a integrare le diverse componenti della cultura e dell'economia regionale è al tempo stesso storica e congiunturale, e ragionare sui motivi che sono alla sua genesi sarebbe lungo. Resta tuttavia la constatazione che, nelle Marche, non è stato possibile costruire finora una industria culturale, neppure di formato *tascabile*.

Cercare d'altra parte di rincorrere oggi le forme dell'industria culturale novecentesca (per l'Italia quella sviluppatasi soprattutto dagli anni Ottanta in poi) rischia di sperimentare anche qui il paradosso di Achille e la tartaruga (nel quale l'eroe *più veloce* non raggiunge mai la tartaruga che, nel frattempo, si è lentissimamente spostata di pochi centimetri avanti), specie in un momento in cui è in corso un epocale cambiamento non solo dell'industria culturale globale, con i processi di produzione digitale, ma anche dello stesso mercato delle merci.

Come è stato chiarito da Nigel Thrift, è semmai l'industria a capitale fortemente finanziarizzato ad avere adottato oggi le forme e i modelli del comportamento culturale, secondo un percorso che ci fa passare dalla invecchiata *economia della cultura* (che analizza la componente economica dei prodotti culturali) a quella

che viene definita *economia culturale*, nella quale è la produzione delle merci ordinarie a imitare le forme della performance culturale (Thrift, 2005, in particolare il capitolo 6: *“It’s the Romance, Not the Finance, that Makes the Business Worth Pursuing”*: *Disclosing a New Market Culture*).

Per fare solo un esempio, mentre l’industria editoriale, alla ricerca della massimizzazione delle vendite e del best seller, ha segato da sola il ramo sul quale era seduta, creando un *continuum* indistinto di sigle e marchi che non si differenziano in nulla l’uno dall’altro, è stata proprio la produzione delle merci ordinarie ad aver cercato di costruire, con la filosofia del *brand*, un prodotto capace di presentarsi con un profilo di qualità integrata, fatto di pubblicizzata etica del processo produttivo, qualità totale, filosofia di vita, impegno civile, stile e sensibilità.

Le difficoltà dell’industria culturale sembrano tuttavia compensate, alla scala regionale, da un altro genere di attività come l’industria creativa, più fondata sul lavoro personale che sui mezzi di produzione, più sulle filiere relazionali che su quelle industriali classiche, come emerge con chiara evidenza nella recente ricerca della Fondazione Symbola (promossa anche dalla Regione Marche in qualità di partner, su dati Unioncamere), *L’Italia che verrà*, che ha cercato di riclassificare i numeri dell’economia, dell’occupazione e dello sviluppo con una attenzione particolare per le loro componenti culturali, considerando in questo genere di comparto tipologie di prestazioni a base culturale, cioè «l’insieme di attività collegate al settore in senso stretto che consentono di valutarne gli effetti moltiplicativi sull’economia in termini di attività economiche, di occupazione e di valore aggiunto prodotti» (Fondazione Symbola *et al.*, 2012, p. 68).

Le analisi dei numeri della ricerca consentono di far emergere alcuni dati significativi ai fini del nostro ragionamento.

In termini complessivi si evince che, per l’Italia, il valore aggiunto dell’industria culturale (intesa come composta da film, video, radio-tv, videogiochi e software, musica, libri e stampa) è del 46,5% e quello della industria creativa (architettura, comunicazione e *branding*, design e produzione di stile, artigianato) del 47%. L’occupazione creata dall’industria culturale pesa per il 39,1% e quella dell’industria creativa per il 53,5%.

In questa nuova classificazione, le Marche, grazie alla loro forte industrializzazione in settori come la moda, il mobile, la calzatura, l’alimentare (considerato giustamente da Symbola, e in maniera originale, tra le produzioni legate alla cultura), entrano a far parte delle prime regioni italiane della classifica, con un valore aggiunto del 6,3% e una occupazione del 6,9% (rispetto al dato medio nazionale del 5,4% per il valore aggiunto e del 5,6% per l’occupazione) e a quello dell’Umbria, che avevamo preso come area di confronto quanto a produzione editoriale (4,7% per il valore aggiunto e 5,1% per l’occupazione). Nel 2011 l’incidenza sull’esportazione delle componenti della produzione culturale è per le Marche del 15%, per l’Umbria del 6%, per l’Italia mediamente del 10,3%.

In termini di occupazione, gli addetti di carattere culturale delle imprese esportatrici marchigiane portano la regione, nel 2011, al primo posto della classifica, con il 4,9%, rispetto all’Umbria (1,3%, al quattordicesimo posto), e al dato medio dell’Italia che vale il 2,3%.

Nella graduatoria delle prime trenta province italiane con propensione all'esportazione di prodotti di carattere culturale compare al decimo posto la provincia di Pesaro e Urbino (6,9%) per valore aggiunto e al terzo per occupazione (8,4%); quella di Macerata al ventunesimo (4 %) per valore aggiunto e al sesto per occupazione (6,4%); quella di Ancona al tredicesimo per l'occupazione (3,6%). Tutto fa pensare che, riconsiderando i dati numerici, la componente culturale dell'industria marchigiana costituisca una parte strategica e di successo decisiva del suo sistema produttivo.

Quando si va ad analizzare però i valori relativi alla voce "stampa e libri" della componente industria culturale si notano delle performance in controtendenza.

2011. Distribuzione del valore aggiunto del sistema produttivo (in milioni di Euro)

	<i>Industria creativa</i>	<i>Industria culturale</i>	<i>Libri e stampa</i>
Marche	1.462	776,1	408,7
Umbria	457,2	389,5	195,7
Italia	12.395,3	35.273,3	14.614,5

2011. Distribuzione degli occupati del sistema produttivo culturale (in migliaia)

	<i>Industria creativa</i>	<i>Industria culturale</i>	<i>Libri e stampa</i>
Marche	34,7	13,2	7,3
Umbria	10,9	7,1	4,0
Italia	743,4	543	214,9

2011. Valore aggiunto delle Performing Arts e intrattenimento (in milioni di Euro)

Marche	59,9
Umbria	46,1
Italia	3.754,9

2011. Occupazione nelle Performing Arts e intrattenimento (in migliaia)

Marche	1,5
Umbria	1,3
Italia	82,4

Mentre in Italia il totale del valore aggiunto dell'industria culturale è quasi triplo di quello dell'industria creativa e la componente editoriale è quasi un terzo, nelle Marche il dato è capovolto: l'industria creativa pesa il doppio dell'industria

culturale (da notare che la componente “libri e stampa” è quasi due terzi del totale dell’industria culturale). In Umbria i dati sono più omogenei a quelli nazionali (qui la componente “libri e stampa” è quasi la metà del valore dell’industria culturale che è di poco superata all’industria creativa). Le Marche pesano, in termini di valore aggiunto, più del 10% del totale dei valori dell’industria creativa italiana (una percentuale che non rispecchia in nessun modo i valori percentuali tradizionalmente attribuiti alla regione in altri campi), ma solo il 2,25% del valore aggiunto del totale dell’industria culturale nazionale (che è invece un dato in linea con i trend statistici marchigiani).

Nel settore dell’occupazione, l’industria creativa delle Marche pesa per quasi il triplo di quella culturale, ma in termini generali, in Italia, è l’industria creativa a dare una occupazione superiore a quella culturale. La componente “libri e stampa” è poco meno della metà del totale dell’industria culturale italiana.

Alcuni dati sono ovvi: l’industria creativa e le performing arts, come già negli anni Sessanta hanno evidenziato gli studi di economia della cultura di William Jack Baumol (Trimarchi, 2002), offrono più occupazione, fondandosi su processi produttivi difficilmente, se non affatto, comprimibili in economie di scala, né in grado di avvantaggiarsi delle innovazioni tecnologiche (non si ottengono grandi economie di scala realizzando più di una rappresentazione teatrale rispetto alla prima, e questo favorisce l’occupazione). Ma si rileva in maniera interessante che, le Marche, pur rivelandosi molto più *pesanti* dell’Umbria in termini di produzione di stampa (contraddicendo alcune convinzioni storiche e anche i dati statistici Istat sulla produzione editoriale), privilegiano di gran lunga la produzione culturale di tipo creativo rispetto a quella dell’industria culturale.

Una spiegazione è forse rintracciabile nel forte peso che design e comunicazione avranno esercitato nella classificazione dei dati camerali di una regione a forte industrializzazione nei settori moda, calzature e mobile, ma appare significativo che, anche nella nuova e inedita gerarchia nazionale che ne emerge, collocando la regione in posizioni di riguardo, il comparto editoriale dell’industria culturale resta assai meno significativo.

Questa osservazione conferma con i numeri della società contemporanea un carattere storico da me più volte rilevato a proposito delle Marche (Mangani, 1989; *Id.*, 1998), cioè il mancato sviluppo di una identità regionale dovuto anche al carattere debole di una industria culturale locale, sintomo a sua volta di una sorta di capitalismo imperfetto.

Benedict Anderson, nel suo libro dedicato all’origine degli Stati Nazionali moderni (*Comunità immaginate*), ha sottolineato il ruolo svolto dal capitalismo e dalla stampa (Anderson, 1996). Non solo la stampa ha contribuito in maniera determinante alla costruzione degli Stati nazionali, ma ha costituito anche una sorta di prototipo della merce nel senso della moderna produzione di massa.

Senza il capitalismo l’impatto della stampa nella costruzione della civiltà occidentale non sarebbe stato lo stesso (in Cina la stampa fu inventata probabilmente cinquecento anni prima che in Europa senza che abbia avuto un impatto altrettanto significativo per l’assenza del capitalismo), ma neppure l’economia lo sarebbe stata.

Se ne potrebbero trarre utili considerazioni sul rapporto intercorso in Italia tra lo scarso sviluppo dell'industria editoriale e della lettura e le debolezze strutturali del capitalismo italiano. Per restare al caso marchigiano, anche alla luce dei dati statistici contemporanei, sembrerebbe evidente la difficoltà a svilupparsi di una industria editoriale, sia per i caratteri socio-geografici della regione, priva di un centro egemone, ma anche per una sua tradizionale avversione alla costruzione di un assetto geopolitico unitario.

Radicata in un municipalismo prevalentemente urbano, le Marche non hanno avuto una *società stretta*, come la chiamava Leopardi, una classe dirigente capace di autopercepirsi rispetto a principi condivisi, appunto come *comunità immaginata* attraverso i media, e anche per questo motivo non hanno costruito anticorpi rispetto ai processi culturali della globalizzazione, come invece è normalmente successo alle *comunità immaginate* nate dopo l'antico regime o in tempi più recenti.

Questa sindrome rende probabilmente le Marche meno identitariamente strutturate, fragili nell'impatto con i processi di globalizzazione, ma, paradossalmente, anche meno frenate da tradizioni conservative di tipo otto-novecentesco; come se fossero capaci di tradurre, quasi inconsapevolmente, il proprio tradizionale analfabetismo (nel senso di una non tradizionale domestichezza con la lettura e i suoi processi cognitivi) in un fattore competitivo.

Da una parte, la lunga tradizione di analfabetismo nella quale il teatro, la musica e il paesaggio (Mangani, 2012) hanno costituito le forme prevalenti di formazione e informazione, di organizzazione e riproduzione sociale; dall'altra, il carattere *non a stampa*, per usare ancora una espressione di Anderson, del capitalismo marchigiano, strettamente connesso all'assenza di un progetto identitario sul modello degli Stati-nazione europei, scimmiettati invece dalle regioni derivate dagli antichi Stati italiani preunitari. Tutte incardinate al massimo nella tradizione delle *virtù civiche* (Putnam, 1994), le Marche di oggi hanno tradotto in fattore competitivo quelli che storicamente erano considerati dei difetti, creando per così dire le condizioni per una maggiore versatilità nei confronti dei nuovi comportamenti culturali.

Tra questi, per esempio, la comunicazione e l'informazione via internet, rispetto alla quale la Pubblica Amministrazione marchigiana (tradizionalmente conservativa su altri fronti) ha subito aperto un fronte, come è naturale per un'area che si è sempre sentita emarginata dai mezzi di comunicazione tradizionali.

Questa disponibilità verso i nuovi mezzi è anche registrabile nel successo di nuove forme di comunicazione/informazione culturale decisamente alternative al modello *solitario* della lettura, come la partecipazione agli spettacoli (teatro, musica, performing arts, recuperando una tradizione antica locale) e alle nuove forme *epidermiche* (sottolineo l'espressione "epidermiche" e non "superficiali") come i festival e gli happening pubblici (nelle Marche si registrano, ad oggi, tra gli altri, i festival Salone della parola a Pesaro e Urbino, il Festival della felicità a Pesaro, Popsophia a Civitanova Marche, Macerata ospitale a Macerata, L'Altra Italia e Templaria ad Ascoli Piceno, Historica a Sant'Elpidio a mare), nei quali la comune dimensione di *spettatore* partecipante a un evento-tema consente di azzerare per qualche momento le differenze profonde, storiche e sociali, di *habitus*, che invece

si riproducono nelle forme dell'acculturazione di tipo più tradizionale e frontali (come le presentazioni dei libri, i premi letterari, ecc.), sviluppando nuove vocazioni inclusive.

Il successo (non solo marchigiano) dei festival – di cui ragiona in questo stesso volume Cristiana Colli – è infatti sintomo di un bisogno collettivo di sentirsi consumatori/attori culturali senza essere costretti a subire la condizione classica nella quale qualcuno parla e gli altri ascoltano. Nell'happening del festival si dissolve il timore di non essere all'altezza, l'evento collettivo fonde il desiderio di omologazione con quello della *distinzione* (nel senso di Bourdieu, 2001).

È questo forse il motivo per il quale, come ha notato sul *Corriere della Sera* Pier Luigi Battista, i festival su temi anche molto sofisticati (la mente, la scienza, la matematica, la felicità, la filosofia, il mondo classico, ecc.) si affollano di gente, ma i libri continuano a perdere colpi in libreria. In questo la società marchigiana sembra più libera e dinamica di altre società, magari più alfabetizzate.

Come è naturale che succeda, questo atteggiamento produce, per converso, un bisogno estremizzato di distinzione che fa registrare il successo dei libri a tiratura limitata, manoscritti, con le incisioni (a volte anche dal costo di mille Euro la copia e più) per chi può spendere, ovvero, per gli altri, l'interesse per la produzione di libri sulla storia e la cultura delle Marche non tanto per curiosità dei contenuti (che infatti registrano un calo di attenzione quando si muovono verso modalità di argomentazione più originali e inedite), ma come vocazione collezionistica che pretenderebbe di raccogliarli in serie, tutti quanti. Una sindrome che trasforma la produzione editoriale marchigiana di non-fiction, già sul nascere, in una forma di antiquariato postmoderno.

In entrambi i contesti, quello dei nuovi media come dei vecchi, l'attenzione sembra più rivolta ai mezzi che ai messaggi (in un altro senso rispetto a quello cui alludeva McLuhan). Nella dimensione dell'happening più all'esserci che al conoscere, nell'editoria più all'effetto distintivo del collezionare.

Un sentimento che traduce l'editoria locale in una sorta di *arte della stampa* piuttosto che in occasione di apprendimento e approfondimento per i quali si sono esaurite le palestre ed i laboratori, le biblioteche, le librerie, le riviste di cultura e persino le università.

Chi, come chi scrive, si è formato nella dimensione della lettura solitaria, tende a notare in questi fenomeni la componente superficiale, le difficoltà che indubbiamente si registrano in uno sviluppo culturale complesso e ad alta componente di intertestualità. Si chiede come ci si possa muovere con questi apparati verso la costruzione di quella *economia della conoscenza* più sofisticata del cosiddetto *intrattenimento di qualità* nel quale la cultura *pubblica* si sta trasformando, cui Pier Luigi Sacco, nei suoi recenti lavori, ha affidato il compito di aprire (anche nelle Marche) la «porta d'accesso alle opportunità dell'economia e della società post-industriale».

Per fare un esempio turistico banale e con possibili risvolti editoriali, riuscire a trasmettere a un pubblico segmentato (cioè sempre più e sempre meno esigente) la complessità della organizzazione urbana storica dei centri e dei territori marchigiani in forme non banali significa riannodare (come ha tentato di fare la recente mo-

stra urbinate sulla “Città ideale”) concetti complessi ed umanistici, difficilmente reperibili nelle tradizionali guide turistiche (magari con l’ausilio di nuove tecnologie e di nuovi libri *parlanti*), ma anche continuare a progettarvi interventi artistici ed architettonici nuovi, adeguati alla loro qualità storica.

Per usare le parole di Sacco, come possiamo sviluppare una nuova cultura originale entro dinamiche sociali che tendono a sviluppare, anche in campo culturale, piuttosto l’omologazione, la condivisione, la connessione rispetto alle fratture che il pensiero innovativo necessariamente produce? «Noi ci stiamo in qualche misura disabituando – scrive Sacco nel suo *Italia reloaded* – alla capacità di dare valore al contenuto culturale, e quindi alla capacità di dare valore alla qualità delle idee. Noi stiamo progressivamente costruendo una società che marginalizza l’idea per il semplice motivo che è molto più comodo ragionare sulla base di ciò che è già precostituito, piuttosto che affrontare il rischio di un’idea, di un pensiero *divergente*, di cui non siamo in grado di controllare le conseguenze» (Caliandro-Sacco, 2011).

Da questo punto di vista le forme del ragionamento a rete tipo Twitter, della condivisione costante, l’essere continuamente connessi dei *nativi digitali* (a volte perdendo o impiegando, a seconda delle sensibilità, tre ore al giorno per sapere cosa stanno facendo nel frattempo gli *amici*) non bastano.

Ma non è detto che non si possano trovare modalità nuove per compenetrare queste orizzontalità con le verticalità di una cultura che cerca di andare più in profondo (non solo per trasferire *emozioni* come oggi si dice) ed ha più a che fare con la meditazione monastica medievale, che con la navigazione web.

È stato uno scrittore statunitense *cult* come Jonathan Franzen ad esprimere recentemente la sua avversità per il presenzialismo (nelle presentazioni, nel social network, ecc.) che viene oggi richiesto agli scrittori di successo, con argomenti alla fine piuttosto semplici. Se fossi stato un maniaco dei *contatti* e non invece un solitario, sostiene, non avrei scelto di fare lo scrittore; un mezzo che, come è noto, fondamentalmente agisce *in absentia*, cioè senza che l’autore debba essere presente.

Le opportunità orizzontali che si aprono con le nuove forme, anche cognitive, del pensare a rete non sono l’inizio della decadenza, anzi, probabilmente offrono nuove opportunità. Siamo però ancora nell’attesa di conquistare una nuova duttilità nella gestione (attiva e passiva) del mezzo. L’industria creativa, per quanto non si riduca alla sola componente scrittura/lettura, non è comunque separabile dalle capacità cognitive che la lettura, come si è sviluppata negli ultimi seicento anni, offre alla comprensione di un mondo sempre più complesso.

Si tratta probabilmente di trovare un modo capace di far interagire i due modelli. Tra quello solitario della lettura/scrittura e quello pubblico del teatro, in senso lato, le Marche hanno da secoli scelto il secondo paradigma.

Certo, i libri si continueranno a leggere anche qui, ma probabilmente in forme nuove, più creative, emotive e vicine alle forme della comunicazione verbale o iconica.

Le Marche possono avere, in questa nuova stagione, una occasione e una marcia in più del passato. I libri faranno la loro parte, ma in forme probabilmente diverse da quelle dell’industria culturale conosciuta nel Novecento.

Riferimenti bibliografici

- Anderson B., (1996) *Comunità immaginate. Origini e fortuna dei nazionalismi*, Manifestolibri, Roma
- Bourdieu P., (2001) *La distinzione. Critica sociale del gusto*, il Mulino, Bologna
- Caliandro C., Sacco P.L., (2011) *Italia reloaded. Ripartire con la cultura*, il Mulino, Bologna, p. 113
- Conti V., (2011) *Per piccina che tu sia. L'editoria di cultura in Italia: il caso Marche*, Cattedrale, Ancona, pp. 27-28
- Fondazione Symbola, Unioncamere, Regione Marche, (2012) *L'Italia che verrà. Industria culturale, made in Italy e territori. Rapporto 2012*, www.symbola.net
- Mangani G. (a cura di), (1989) *L'idea delle Marche. Come nasce il carattere di una regione nella società dell'Italia moderna*, Il Lavoro Editoriale, Ancona
- Mangani G., (1998) *Fare le Marche. L'identità regionale fra tradizione e progetto*, Il Lavoro Editoriale, Ancona
- Mangani G., (2012) *Le Marche giardino. La testualizzazione del paesaggio e il suo impiego nell'istruzione delle coscienze*, in Dai Pra E. (a cura di), *Approcci geostorici e governo del territorio*, FrancoAngeli, Milano
- Peresson G. (a cura di), (2011) "Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2011", *Giornale della Libreria*, n. 30, Milano
- Putnam R., (1994) *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press, Princeton
- Schiffrin A., (2006) *Il controllo della parola*, Torino, Bollati Boringhieri, 2006
- Schiffrin A., (2010) *Il denaro e le parole*, Volland, Roma
- Thrift N., (2005) *Knowing Capitalism*, Sage, Londra
- Trimarchi M., (2002) *Economia e cultura. Organizzazione e finanziamento delle istituzioni culturali*, FrancoAngeli, Milano

NUOVE MAPPE PER NUOVI TERRITORI. FESTIVAL PER LA CULTURA, LA CITTADINANZA, LO SVILUPPO

di Cristiana Colli

Abstract

Events and festivals are hubs of people and networks, are territorial competitive goods for the development and common community goods; they are infrastructures of citizenship and relationship, they foster a transversal innovation. Thanks to their cognitive, relational and organisational content, they are geo-localised products/processes, which are nonetheless able to go beyond their territory to talk to the entire world, through the construction of functional and meaningful processes between individualism, good citizenship, multiculturalism, reputation and competition within a region and among different regions. They are formats with their own business models, forms of symbolic aggregation, that have a logics, as well as operational strategies and visions. They are territorial drivers than confront themselves with the rules of production of goods and services, but at the same time they have a specificity that makes them unique, that is, their public mission, even when they represent completely private experiences. They are processes that entail a fine conceptualisation, they are able to update the dialogue with the vocational community, to keep their identity during their change, to manage the space between fidelity and hybridization. They are dynamic containers that keep together all the components of a communitarian life: search for identity and citizenship, search for knowledge, search for leisure/pleasure. They are textual hypertexts, a matrix of matrixes that goes with the replacement of landscapes and territories in the contemporary imaginary. They are magnets, attractors of economies, viruses that modify and reshape access, life and consumption style.

Introduzione

Da parolaccia a *plus* studiato e analizzato in ricerche socio-economiche: con la forza dell'evidenza, l'*evento* e di conseguenza l'*eventologo* sono stati sdoganati definitivamente e riconosciuti, l'uno come fattore di sviluppo territoriale, l'altro come professionista del terziario avanzato con contenuti e competenze trasversali ad alto valore aggiunto. Non sfugge più a nessuno che i grandi eventi e i progetti culturali sono a tutti gli effetti progetti manageriali, sintesi originali tra fattori diversi e diversamente combinati; e soprattutto non sfugge più a nessuno che queste iniziative sono capisaldi non solo dell'industria culturale ma dello sviluppo territo-

riale e di comunità. Giacché nella triangolazione virtuosa tra economia, comunità e cultura – quale che ne sia la sintesi – stanno le tre gambe che sorreggono concettualmente il prodotto/progetto festival o evento che sia. Un prodotto/ progetto che risponde e si confronta con le regole auree della produzione di beni e servizi: *concept* e identità, missione, posizionamento, sostenibilità economica, qualità del processo e dei contenuti, confronto con il mercato, l'utenza e la concorrenza, accuratezza della comunicazione e della *customer care*. Con una specificità in più che li rende del tutto unici: la loro missione, per così dire, pubblica anche quando rappresentano esperienze completamente private.

Un esempio viene da musei e archivi aziendali che mentre sedimentano e storicizzano la memoria di esperienze imprenditoriali – e quindi guardano per lo più ad un riordino squisitamente interno dei processi di sviluppo – non possono non aprirsi e non cercare oltre i cancelli del *compound* industriale la legittimazione, l'autorevolezza e la reputazione che trasforma una storia privata in un bene comune. Per questo gli eventi sono processi, contenitori dinamici che si spostano in ragione di una domanda complessa che in un certo senso tiene insieme tutte le componenti della vita comunitaria: domanda di identità e di cittadinanza nella quale riconoscersi, domanda di conoscenza con la quale emanciparsi, domanda di *leisure/pleasure* con la quale divertirsi.

Alla prova di questo confronto tante esperienze si sono rivelate *fuochi estivi* mentre altre si sviluppavano e riconfiguravano in un mercato altamente competitivo, non solo tra format e contenuti, ma tra città come piattaforme logistiche di palcoscenici capaci di ospitare le community temporanee in transumanza.

L'esperienza di Faenza con il *Festival del Contemporaneo* ne è un esempio: forte della tradizione ceramica – una memoria di luogo importante, còlta e condivisa – per un certo numero di anni è stata una piccola capitale che dall'*aurea mediocritas* della provincia romagnola si è alzata e ha rappresentato nella geopolitica dell'arte contemporanea, almeno italiana, un nodo di pensiero, elaborazione, progettazione, comunicazione. In questo senso l'evento è un moltiplicatore di centralità/marginalità non sottovalutabile, un dispositivo ad alto potenziale da maneggiare con cura, nel bene e nel male. L'esempio della contesa che per qualche settimana lo scorso anno ha visto protagonista Modena e il festival della Filosofia la dice lunga sulla delicatezza degli equilibri che queste iniziative riescono a toccare. È un potenziale non sempre compreso nelle sue giuste dimensioni, per esempio dalle reti istituzionali di diverso grado e matrice, *azionisti storici* del format del festival e più in generale della progettualità culturale, oggi attraversati da una crisi profonda di risorse, di senso, di rappresentanza. Tutto questo riconfigurerà in maniera definitiva le modalità di fund raising e la successiva allocazione delle risorse, e ridisegnerà ruoli funzioni e anche contenuti delle proposte culturali. Il mercato dell'offerta culturale territoriale certamente si aprirà a una concorrenza vera per la sopravvivenza, lo sviluppo e la modernizzazione.

Per Regioni, Comuni, Province, Fondazioni – gli attori che storicamente hanno favorito molte *start up* di successo con formule variabili di sostegno, accompagnamento e collaborazione – si apre una stagione nuova, fatta di un protagonismo diverso; per i festival si apre il tempo del mercato e dell'inevitabile competizione

sulla qualità. In ultima analisi, e volendo provocatoriamente estremizzare, se al punto di equilibrio tra domanda e offerta non sfugge il dentifricio non sfugge nemmeno il Rossini Opera Festival (ROF): entrambi attraversati da analoghi processi sono chiamati a destreggiarsi tra necessità di innovazione ricerca e sviluppo, rischi di obsolescenza, concorrenza nella crisi e nelle criticità del mercato, mutamento dei desideri e dei bisogni, necessità di restare *appealing* rispetto all'utente/cliente.

Prima di guardare alla via marchigiana, una via originale che contiene avamposti di innovazione, alcune utili riflessioni di contesto.

1. Il contesto

1.1 Simmetria tra sviluppo locale a base culturale e sviluppo del format-festival

La prima è la simmetria tra i processi di modernizzazione e sviluppo in chiave culturale – soprattutto a matrice pubblica – e lo sviluppo del format-festival inteso come risposta a una domanda complessa, dove l'aspetto culturale è desiderato in chiave di *entertainment*.

Le comunità temporanee infatti si creano, si riconoscono e si sciolgono in ragione di queste fruizioni – concentrate nel tempo, identificate nel luogo e riconoscibili sul senso. Non si spiegano altrimenti le folle oceaniche a *lectio magistralis* spesso criptiche nelle piazze o gli affollati seminari di discipline scientifiche a dir poco ostiche.

Il combinato disposto di una domanda di cultura e socializzazione dal basso, la ricerca di nuove forme di socialità e consenso da parte di una *governance* territoriale da rivendere al mercato della politica – con una marcata cifra di tipo personalistico – insieme all'affermarsi di forme più *movimentiste* di progettazione e produzione culturale hanno dato origine a esperienze che in diversa forma modalità e tipologia, con la matrice dell'evento si sono sostituite alle scelte più strutturate e anche ambiziose di politica culturale del passato.

Non è detto che questa simmetria continui, ma nella storia di questi processi la mano pubblica è stata essenziale e, così come ha favorito molte *fiere delle vanità*, ha allo stesso tempo favorito una crescita utile alla sperimentazione professionale, originale nei processi di narrazione delle memorie di luogo e nella riconfigurazioni del patrimonio e della memoria nazionale e locale.

Le conseguenze non sono banali, perché aver privilegiato gli investimenti negli eventi – a maggior ragione con una crisi che attanaglia Enti locali, cittadini e territori – ha svuotato di risorse quella paziente tessitura fatta di rammendi continui al patrimonio culturale della comunità, quel lavoro accurato e difficile sulle agenzie di socializzazione di matrice più tradizionale. Del resto, più facile e divertente inventarsi un festival che mettere mano alle strutture con problemi di gestione del personale, reperimento delle risorse, obsolescenza dei luoghi e dei contenuti. Più conveniente per tutti gli attori sviluppare un format agile, dinamico, visibile piuttosto che percorrere la strada impervia – sul piano concettuale e della gestione – della programmazione. È la forza dei paradossi in ragione dei quali spesso si riducono le

risorse per la cultura intesa come servizi – per biblioteche, teatri, musei – ma non si riducono i budget per festival spettacoli e mostre.

Sarebbe tuttavia riduttivo e ingeneroso non riconoscere che un successo così ampio, trasversale e diffuso su tutto il territorio italiano impone una lettura articolata che si misura anche sull'evoluzione (involuzione?) dell'idea stessa di cultura e dei modi con cui socializzarla. Con un dubbio: che sia il festival/evento la via maestra per cogliere nel segno degli immaginari contemporanei e delle sue infinite declinazioni?

Un dato di realtà è indubbio: dalla lettura più facile – ristoranti, alberghi, esercizi commerciali – a quella che lavora su sottile percepito che contribuisce a rendere *appeling* una città o un territorio, spesso il successo di nuova residenza – straniera, temporanea, permanente, comunque ad alto valore aggiunto – si deve anche a questa promozione di qualità passata nel tempo attraverso l'investimento su raffinati prodotti culturali.

L'eterogenesi dei fini ha comunque portato bene, ma alcune domande è lecito farsele, a partire da esempi di scuola. Modena è il Duomo romanico, la Ferrari, i tortellini Fini, i magici distretti della meccanica del *packaging* e delle ceramiche o è il Festival della Filosofia? Pesaro è la Scavolini o il ROF? Sarzana è una tappa sulla via Francigena o è il Festival della Mente? E ancora: cosa sarebbe stata Spoleto senza il Festival dei Due Mondi? La Perugia più recente senza Eurochocolate, un lievito che ha messo in valore la storica tradizione della Perugina e dei Baci con le decine di laboratori artigianali dei maestri cioccolatai?

Una risposta per tutti viene forse dal più studiato di questi eventi, un classico: Mantova nell'immaginario recente è Mantegna, Palazzo Te, ma anche l'Outlet Village, i tortelli di zucca, tutto questo conosciuto e fruito grazie al Festival della Letteratura, il dispositivo con il quale si fa esperienza di un'offerta territoriale integrata.

1.2 Il festival come aggregatore

La seconda questione riguarda la centralità del territorio e dimostra che – a partire da progetti e format vincenti – sulla piattaforma della qualità territoriale non c'è soluzione di continuità tra il senso di comunità e il civismo diffuso, l'enogastronomia di eccellenza, la progettualità culturale, la nobile e competitiva manifattura e le forme innovative della vendita.

In questo senso il format del festival funziona in prima battuta come un fattore di modernizzazione in chiave culturale ma poi si trasforma in un indiscutibile *driver* territoriale.

Mantova lo dimostra. Si può obiettare che si tratti di scorciatoie educativo-formative, di cultura in pillole, di localismo e provincialismo della conoscenza, di transumanze professionali e mediatiche che saltellano di festival in festival e poco a che fare hanno con l'*imprinting* dell'intellettuale storico.

Fatto sta che il fermento quantitativamente significativo che attraversa la penisola interroga, e per molte ragioni. Innanzitutto perché crea legami, appartenenza, identità e comunque risponde con modalità e gradi di innovazione diversi ad un bisogno di condivisione e di prossimità in una modalità in cui la cultura – diversa-

mente dal passato – non è un processo talvolta settario *ad escludendum* ma inclusivo e socializzato.

Proprio per questo non è sfuggito e non sfugge alla politica il potenziale di consenso che procura a chi lo promuove – di solito una complessa rete istituzionale pubblico/privata. E non sfugge nemmeno l'appetibilità e la seduzione che gli scranni alti della cultura esercitano sull'attuale classe dirigente, spesso alla ricerca di compensazioni e riposizionamenti, con conseguenze non marginali sulla *governance* di tante istituzioni e sulla loro reale capacità di reggere il confronto internazionale sul piano strategico, professionale e relazionale.

Infine perché la comunicazione e la creatività che innerva queste piattaforme progettuali agisce a vari livelli di competenza, crea cortocircuiti e originali narrazioni, lavora allo stesso tempo sugli immaginari geolocalizzati ma anche sulle ragioni talvolta improbabili di collegare luoghi e pensieri contemporanei. Questa sequenza di *switch* nel creare prodotti di successo ha contribuito a definire la competitività tra territori anche sull'*appealing* dei festival/eventi che sanno mettere in campo. Ciò significa riconoscere filiere nuove per una produzione che allo stesso tempo contiene *asset* e valori materiali e immateriali, misurabili e intangibili; rendere concrete le infrastrutture utili che oggi sono la banda larga come un festival, un nuovo museo come un'architettura iconica, un centro culturale come una residenza d'artista, una *factory* come un centro di ricerca e innovazione, una discarica innovativa come un *hub* della mobilità sostenibile o un centro sociale.

In questo senso il prodotto-evento è un'antenna verso il cielo, un captatore e un riflettore di segnali che rappresenta a tutti gli effetti un capitale cognitivo e relazionale di primo piano, un pezzo del capitale sociale di comunità – quelle in cui accade, quelle cui si rivolge oltre lo spazio fisico.

1.3 La componente social

La terza questione è legata al processo, alla matrice che identifica il prodotto-evento dalla concezione alla realizzazione. Se l'esperienza cognitiva insieme alla componente relazionale sono i traccianti su cui si reggono i diversi format, l'esperienza di *problem solving* è praticamente orizzontale e riguarda molte competenze e abilità. Basta scorrere i *colophon* di molti eventi e ci si rende conto di quali complessità è fatta l'infrastruttura di relazioni che sta dietro e di conseguenza di quale livello di negoziazione del senso e della prassi gestionale sia intessuto un progetto. A partire dalla ricaduta comunitaria ineludibile anche quando il progetto è di matrice prevalentemente privata.

Se gli osservatori e gli addetti ai lavori indagano al microscopio ruoli, funzioni, responsabilità, l'utente coglie e interpreta il processo come *welfare* pubblico a matrice culturale. E c'è del vero in questo, giacché la *componente social* caratterizza sempre più gli eventi che spesso hanno sostituito le forme tradizionali di comunicazione culturale e i luoghi di aggregazione riconosciuti. Al netto di tutto ciò l'alfabetizzazione dal basso e la spettacolarizzazione della cultura, se fa storcere il naso ai puristi, apre a un modo diverso di considerare l'apprendimento culturale e costringe chi progetta e organizza a una modernizzazione continua, capace di mantenersi aderente e vicina ai desideri di consumatori esigenti, informati, evoluti. Se

c'è stato un tempo in cui questo era frontale e per qualche verso unidirezionale, oggi il *feedback* continuo immediato e virale, reso diretto e aperto dai dialoghi con i *social network*, assume un carattere di maggior criticità. Di fatto si è liberalizzato un mercato in parte monopolistico e si è aperta la competizione per l'accesso.

2. Le esperienze marchigiane

In tutto questo, con la consueta concretezza, sobrietà e misura ma con inesorabile qualità e, per molti versi, con sorprendente innovazione, si colloca una progettualità marchigiana che sfugge a classificazioni e semplificazioni: interessante per i contenuti delle *case-history*, ancor più interessante per la coabitazione tra esperienze movimentiste e format storicizzati. Tutti comunque, al di là delle matrici organizzative e strutturali, hanno saputo aggiornare i file e il sistema operativo, dimostrando che questa forma d'impresa, al pari della manifattura storica, sa riconfigurarsi e rigenerarsi in ragione della domanda. Il filone più strutturato e identificato è una *playlist* trasversale coltissima e sofisticata, una vera colonna sonora del territorio fatta da una varietà di progetti – alcuni consolidati, altri di nuova concezione – tutti comunque innovativi e originali. La gran parte dei progetti musicali trae origine dalle memorie di luogo, da una vocazione territoriale marcata, da uno spazio emblematico e altamente simbolico o dai natali di un personaggio illustre.

Le esperienze legate a Rossini e Pergolesi affiancano all'evento estivo – a forte connotazione turistica – la passione filologica per l'autore, il lavoro sui luoghi e quello sui teatri storici. Il Rossini Opera Festival esibisce, a decenni di distanza, una lucidità e una coerenza sorprendenti senza smagliature e senza cadute, né sul piano curatoriale – in un'accezione ampia che va dalla direzione artistica alle scelte di comunicazione fino alle alleanze intersettoriali – né sul rapporto pubblico/ privato, elementi cardine su cui poggia il suo posizionamento tra i grandi festival internazionali. Il ROF è figlio di una *governance* evoluta, di una città che ha posto il cittadino al centro del suo agire, con un *welfare* orizzontale in cui la qualità dei servizi di cittadinanza è un diritto che non ha confini né restrizioni. Anche per questo è una *best practice* che ha fatto da avanguardia per tutti i festival che si sono costituiti nelle Marche, e per le stesse ragioni si mantiene laboratorio dell'industria culturale territoriale, patrimonio prezioso per l'internazionalizzazione in chiave turistico-culturale della regione.

Parte dallo Sferisterio, un luogo unico di rara qualità urbana e architettonica, il Macerata Opera Festival (MOF). Cuore di una città e di un territorio fortemente infrastrutturato sul piano della cultura, degli eventi e delle sperimentazioni, in virtù di un incrocio tra distretti storici, patrimonio culturale e naturale, aziende simbolo del miglior *made in Italy* – dalle lampade alle scarpe, dai cappelli alla tradizione nobile dell'agroalimentare, dall'elettronica al *green*, dai cartoni animati ai giocattoli ai casalinghi. Anche questo è un format in transizione che ha superato lo scoglio del cambio generazionale grazie a una nuova *governance* che ha intercettato e responsabilizzato un giovane direttore artistico che sta portando innovazioni rilevanti sul format e l'*appealing* senza rinunciare all'identità storica della programmazione. Il MOF Off dell'ultima estate mette in valore il *know how* dello Sferisterio con la città dei giovani e soprattutto con pubblici non scontati e così rinnova i target di

riferimento, dialoga con una nuova utenza e diviene realmente un attrattore di risorse e opportunità.

Più distribuito sul territorio il Festival Pergolesi-Spontini, e non poteva essere altrimenti. Con una matrice più manageriale, più spinta su forme innovative di gestione – non a caso i suoi bilanci sono un fiore all’occhiello – e con una produzione vocata all’*export* che poggia su una fitta e autorevole rete internazionale. Ma proprio questo sguardo territoriale allargato intorno a Jesi ha trascinato e rinominato un pezzo di paesaggio della Vallesina, lo ha dissimulato e messo in valore. Con la complicità e la passione civile di comunità e sindaci – come quello di Maiolati Spontini – che, per dirla con Alfred Rappaport, hanno capito *il valore di durare nel tempo*, e così per esempio i *plus* di una discarica modello si reinvestono in attività culturali, biblioteche tra le più belle d’Italia, campus scolastici di prim’ordine.

Anche l’esperienza del Cantar Lontano Festival – antica modalità recuperata con rara modernità di linguaggi – rappresenta una via del tutto sorprendente che porta ben oltre la durata dell’evento in quelle notti di giugno. Se le Marche, tra i tanti turismi, forse come primo segmento possono annoverare quello religioso – con tracciati storici e vie di pellegrinaggio, come la dorsale Assisi-Loreto-San Giovanni Rotondo, ma anche le direttrici che uniscono l’Est e l’Ovest verso Medjugorje, oltre ai tracciati minuziosi palmo a palmo fatti di strade bianche, un’infinità di colli dell’infinito, abbazie, conventi, monasteri e chiese che nei secoli hanno costruito un paesaggio e un’infrastruttura della devozione sul territorio –, ebbene il Cantar Lontano Festival recupera, con rigorosa filologia, una tradizione suggestiva e spirituale e per altro la sposta di segno con incursioni metropolitane – il porto di Ancona – o decisamente fuori sincrono come i concerti dentro le Grotte di Frasassi o nel terminal dell’aeroporto di Falconara.

Se la matrice di innovazione e attualizzazione incrementale caratterizza la gran parte di queste iniziative, certamente un evento come Musicultura rappresenta un *unicum* su cui vale la pena riflettere. Per i contenuti – la canzone d’autore italiana – l’origine non casuale di Recanati e il riferimento esplicito al *sentiment* della qualità poetica, infine per quel patto d’acciaio con un mezzo possente come Rai Radio Uno.

Una strategia dove la qualità della proposta culturale è anche nella scelta dell’infrastruttura più adeguata, il mezzo radiofonico come *asset* privilegiato che permette una durata e una visibilità reale di molti mesi e non di pochi giorni e garantisce una socializzazione allungata e differita non tanto come scelta mediatica, banalmente una *media partnership*, ma come scelta portante e strategica del *concept*. In questo sta l’*upgrade* che ne ha decretato il grande successo popolare e la partecipazione ma anche l’autorevolezza e il posizionamento qualitativo attraverso la *community*, reso più evidente da un format di moda che qui abilmente si coniuga con una seria proposta autoriale.

Processi a così raffinata concettualizzazione, capaci di parlare a più pubblici e fruitori nello stesso tempo, sono divenuti eventi iconici, che pur avendo una matrice molto marcata non possono rinunciare ad una proiezione extra-territoriale e quindi a una ibridazione dei modelli di concezione e realizzazione.

In questo stanno la forza e il limite di molte esperienze, cui anche i festival

marchigiani sono esposti. Ciò che nasce dalla filologia infatti è più esposto ai cortocircuiti poiché, mentre celebra l'icona, è chiamato ad andare oltre, in un processo nel quale è essenziale mantenere stretti i confini della schiera degli adepti mentre è necessario aprire le frontiere alla schiera dei potenziali interlocutori. Così il tema della fedeltà e della comunità vocazionale resta una questione aperta per tutti i prodotti culturali, in qualche modo è connaturata ad essi. La capacità di alcuni di mantenersi identitari nel mutamento, pur restando iconici, sta proprio nell'abilità di governare lo spazio interstiziale tra fedeltà e ibridazione.

In questo senso la storia recente di Senigallia è paradigmatica con i due format di successo attraverso i quali si è posizionata sul piano mediatico e ha riconfigurato la sua offerta turistica. Che appartenga alla tipologia tribale o vocazionale il Summer Jamboree, un pezzo di America Anni Quaranta-Cinquanta sulla spiaggia di Senigallia, attira quella tribù di adepti da ogni continente. È un esempio di segmento globale coerente e singolare che arriva su un territorio e lo ripositiona, inventa un target turistico e riconfigura il senso dell'ospitalità tradizionale; rende visibile sotto tutte le latitudini quel puntino della costa adriatica sotto Rimini e sopra Bologna; e di fatto internazionalizza il prodotto Senigallia/Spiaggia di Velluto.

Il Cateraduno, un evento *cross-mediale* ha un'identità multipla, che gli viene dal mezzo da cui ha origine – la radio – dalla *community* di ascoltatori, i quali si riconoscono in una linea editoriale e in un progetto politico-culturale, e dallo spostamento spazio-temporale dato da una continuità quotidiana durante la lunga stagione di programmazione di Radio Due con l'improvvisa materializzazione sulla Spiaggia di Velluto. Questa varietà di livelli rinnova il senso di appartenenza, consolida la comunità e moltiplica il successo del mezzo anche quando dall'*on air* plana su Senigallia. Il Cateraduno, come altri eventi tematici legati a format radiofonici di successo o a testate editoriali, è strutturato in forma di flusso-palinsesto, a misura dei codici di riconoscimento, degli argomenti, delle antropologie dei soggetti che partecipano, e fa dialogare produttori e fruitori. Il fatto che l'origine sia una trasmissione radiofonica di successo – che ha declinato la sua *idea di mondo* molto netta e forte, non solo in una proposta editoriale, ma in un attivissimo *movimentista* in progetti paralleli come “M'illumino di meno” e le varie iniziative di impegno civile con Libera e altre associazioni – potrebbe far pensare a una *location* non territorializzata, anche in ragione di una condivisione/partecipazione che poggia sull'appartenenza ideale e non geolocalizzata.

L'esperienza di Senigallia invece dimostra il contrario. Arrivato dalla Romagna, all'indomani della sua nascita, ha saputo crescere e radicarsi anche con le realtà del territorio – ne è prova l'alleanza con la cooperativa del biologico “La Terra e il Cielo” e la recente iniziativa con lo chef pluristellato Moreno Cedroni – dimostrando la scivolosità di interpretazioni facili e unilaterali. Va detto che le esperienze legate alle radio, di cui il Cateraduno è un esempio, esibiscono una vivacità e una ricchezza di declinazioni uniche, al di là della testata, del programma e del gruppo editoriale di riferimento. Per almeno due motivi: il primo è che la radio è il mezzo più vocato alla comunicazione della cultura e alla costruzione di comunità legate ad essa per la specifica attrattività dei sistemi di accesso e di partecipazione; il secondo è che il flusso come peculiarità che caratterizza il mezzo corrisponde più

di ogni altro alle modalità contemporanee di fruizione e godimento del prodotto culturale.

Di altro segno ma con uguale strategia mediatica legata al mezzo radiofonico è Fritto Misto, la manifestazione ascolana che, partendo dalla tradizione dell'oliva frita del Piceno, ha saputo parlare a tutti i fritti del mondo, anche per il tramite di un'alleanza strategica con la trasmissione Decanter di Radio Due. Così ha sviluppato un diverso cortocircuito: ha sdoganato, e per qualche verso globalizzato, l'oliva frita di Ascoli Piceno, cosicché un *must* riconosciuto con l'etichetta DOP si è posizionato nella fascia alta dei prodotti di qualità, arrivando alle specialità più sfiziose della cucina italiana, e ha attivato un dialogo culturale, professionale e gastronomico con le grandi tradizioni del fritto europeo e mediorientale.

Ma c'è di più: Fritto Misto, mentre cita la tradizione tutta italiana e, per così dire, *antropologica* della sagra, propone un cambio di paradigma che arriva direttamente alla qualità territoriale per il tramite di un sistema di cottura presente sotto tutte le latitudini, in forma di cibo di strada e di grandi piatti.

Il risultato è che tradizione e modernità si incrociano nelle friggitorie popolari e nelle cucine specchiate dei grandi chef internazionali, le tecniche secolari intrecciano la creatività contemporanea, le qualità territoriali diventano vettori di una rappresentazione che scavalca i confini tematici e geografici per divenire simbolo e metafora.

Questi processi, nettissimi nell'interpretazione, hanno impatti non indifferenti sulle comunità, a partire da una modernizzazione dei servizi di ospitalità e di competitività dell'offerta, nient'affatto scontata. In questo senso, il grande lavoro di preparazione e fertilizzazione, che possono fare i festival/eventi si misura con la *governance* del processo. E qui si ritorna alla politica, all'*urbs* come piattaforma ma alla *civitas* come missione.

Eventi di carattere politico-culturale come il Festival della Felicità che si svolge nella provincia di Pesaro-Urbino, o come il Seminario Estivo di Symbola, che, seppur itinerante, per due volte si è svolto nelle Marche, sono esempi di un'ambizione a essere messaggeri di idee e progetti forti per le comunità e i territori proprio a partire dai loro format. Ognuno di questi parla alla politica, alle reti territoriali, all'economia, alla cultura.

Il Festival della Felicità guarda alle tante anime di un blocco sociale in transizione e indica, per il tramite di un evento, un modello di sviluppo per la comunità territoriale molto preciso, *santificato* dall'Istat con un indice di misurazione della felicità all'uopo predisposto. In ultima analisi, diviene un'iniziativa politica nel senso più alto del termine, intercetta e fa rappresentazione di un'idea di sviluppo per la comunità e di un progetto di vita per l'individuo.

Il Seminario estivo di Symbola è un format sofisticato che intreccia le qualità italiane, le aggrega e le rappresenta, forte dell'idea che c'è un'Italia che ce la può fare, c'è un'Italia della qualità che compete nel mondo perché mette insieme economia e sviluppo di comunità, qualità del capitale umano e sostenibilità. E lo fa con rappresentazioni plastiche del buon governo, delle buone pratiche e delle direttrici che rappresentano metafore territoriali. In queste esperienze di aggregazione ideale e progettuale – che in passato avrebbero compreso le gloriose, e per molti

versi inimitate, Feste dell'Unità, come antesignane raffinate dei format eventologici attuali – il destino individuale non è disgiunto da quello comunitario, non come vuota retorica ma come espressione concreta *hic et nunc* di un'idea di mondo e di un progetto di futuro su cui si investire.

Di nuovo il confine tra le ambizioni di sviluppo in chiave civica e lo strumento culturale si fa sfumato con il Festival dell'Appennino nell'area ascolana. Partito come Saggi Paesaggi – un esempio efficace di politica culturale territoriale – si è evoluto nelle forme attuali con una proposta che potrebbe lasciare il segno e che si annuncia ricca di sviluppi. È la riproposizione dell'intero Cammino Francese della Marca, da Assisi ad Ascoli Piceno, recuperato con l'obiettivo di valorizzare il tesoro storico, spirituale e ambientale che il percorso contiene. L'idea è quella di riaprire e attrezzare un percorso che unisce i due mari – Tirreno e Adriatico – attraversa centri storici, luoghi di culto, paesaggi e tratturi delle transumanze appenniniche, e incrocia la via Lauretana, che collegava Loreto con Roma già dal XIV secolo, e le vie francescane medievali. Lungo i 176 chilometri si attraversano due regioni, quattro province, quindici comuni, in un cammino dove la matrice spirituale, non confessionale, guarda al pellegrino che cerca nei suoi passi l'esperienza catartica della conoscenza di sé attraverso il paesaggio, la fede, la cultura, la natura con un'offerta segmentata e trasversale che restituisce e attualizzata la ricchezza dei sassi, delle pietre, dei luoghi. Un'invenzione che affonda le radici nella storia ma che coglie nel segno dei consumi culturali, allo stesso tempo più raffinati e più popolari, come dimostrano trasmissioni radiofoniche di successo o vari reportage d'autore.

Dal cammino di Santiago di Compostela alla Route 66, dalle strade consolari alla via Francigena, dai motoraduni alla mitica Routa 40, dalla 101 Coast to Coast alle Strade dei vini a quelle degli Outlet, nella scala dei desideri una posizione di primo piano è rivestita dai cammini, dai pellegrinaggi contemporanei, dalle devozioni, che siano per le merci e altri oggetti del desiderio, che siano per l'arte contemporanea, per un paesaggio o, ancora, per un festival nel quale riconoscere il senso di una propria appartenenza. Così il riposizionamento dei paesaggi e dei territori nell'immaginario contemporaneo passa anche attraverso queste calamite, questi attrattori di economie ma anche di ibridazioni degli stili di vita.

Una calamita è Demanio Marittimo Km. 278, un format che poggia su una complessa infrastruttura di relazione pubblico/privata marchigiana concepita per parlare alle comunità adriatiche del progetto contemporaneo – cultura, arte, architettura, design, imprese, reti. Nato come evento legato a una rivista di architettura del territorio, ha scelto di caratterizzarsi come spazio di rappresentazione del progetto con una netta proiezione adriatica – verticale, con le regioni che si affacciano sul *Mar Piccolo* verso Nord e verso Sud, e transfrontaliera, con i paesi che si affacciano sull'altra sponda –, per essere un tramite di dialoghi tra progettisti, università, musei, comunità artistiche e creative. Per essere ancora più esplicito sul piano formale e visivo si svolge in spiaggia, in una parte del lungomare di Marzocca, che si mantiene antica e inattuale, quella delle colonie del Carabiniere e del Finanziere, quella della nostalgia, delle pensioni a mare, quella di Moreno Cedroni e del suo ristorante mèta di pellegrini del gusto, che arrivano lì da ogni parte del mondo. In

questo cortocircuito il progetto trova il senso della sua matrice originaria, quella di essere un *hub* di persone e reti che aprono e contaminano le Marche con l'Oriente d'Europa e i Balcani, in quell'autostrada d'acqua culla dei monoteismi, della civiltà, in quel Mediterraneo su cui si svolge una delle scommesse geopolitiche del futuro. E sulla poetica tutta *temporary* dell'evento che dura solo le dodici ore di un'intera notte, sceglie però di essere laboratorio di opportunità per giovani progettisti con un concorso per l'allestimento dello spazio pubblico riservato a studenti non ancora laureati delle università italiane di architettura.

Diversamente declinati, ma anch'essi vicini alla prospettiva adriatica e adriatico-jonica, sono la Biennale Adriatica dei giovani artisti, e soprattutto il Festival Adriatico-Mediterraneo. Anche se il format è tradizionale e consolidato, l'imponenza del cartellone e lo sforzo di presentarsi come ponte premiano questa iniziativa partita settoriale come evento musicale dedicato alla musica klezmer. Se l'origine rimandava alla cultura ebraica, presente nelle Marche con un ruolo di primo piano – una presenza identitaria non solo per la cultura ma anche per l'economia, la convivenza nelle comunità, fino alle emergenze urbane dei tanti ghetti e delle sinagoghe sul territorio –, oggi il festival si è allargato alle voci, ai pensieri, ai suoni, ai cibi e agli sguardi di un'area culturale transnazionale, partendo da un'altra calamita, Ancona e la Mole Vanvitelliana: esperienze come queste accompagnano la trasformazione della regione in chiave turistica e transfrontaliera, sono strumenti per un'esegesi territoriale non convenzionale, perché sono autonomi format progettuali e produttivi che dialogano con le reti di comunità ma elaborano sintesi altre. Accade con quelle esperienze per così dire *virali* che provengono da ambienti i più diversi.

Virale è Extra-Ordinario, a cura della Fondazione Casoli, un *unicum* per l'idea di utilizzare esperienze artistiche e autoriali come workshop formativi, dapprima nella casa madre – Elica Group – poi in altre realtà produttive del territorio e non solo. In sostanza la Fondazione, nata per celebrare il fondatore, Ermanno Casoli, dal premio e da un evento espositivo a Serra San Quirico si è evoluta in un progetto di impresa culturale a disposizione dell'impresa prima ancora che della cultura, in una rete di artisti, musei, università, centri di ricerca, eventi fieristici che rappresentano un dialogo vero, concreto e costante tra le discipline come gesto formativo a monte. Questa storia è anche il segno di una manifattura in transizione che sa incorporare la sfida culturale a tal punto da considerarla essenziale, non solo per la reputazione ma per la formazione del capitale umano a tutti i livelli organizzativi, quindi come un *asset* competitivo di primo piano da esibire presso azionisti, *stakeholder*, comunità.

Virale è WhiteFishTank con Porta Pia, un *mock-up*, un prototipo di quello che possono essere i luoghi contaminati dall'arte contemporanea ma più in generale dalle creatività giovanili. L'associazione ha stretto con passione e coraggio un patto di sviluppo con le Accademie marchigiane, le imprese e le reti internazionali di curatela e promozione: insieme hanno inventato una sorta di alleanza progettuale di sostegno e accesso alle creatività altre, per ragioni anagrafiche, geografiche, poetiche.

Virale è il Salone della Parola, un evento giovane e antico che celebra la filo-

logia come risorsa contemporanea, le lingue antiche come chiave della modernità, il libro e la biblioteca come luogo della conoscenza tanto più prezioso quanto più diffusa si fa la presenza dei nuovi media. Un pensiero tanto più interrogante e di successo perché nasce in un tempio di assoluta ortodossia, la Biblioteca Oliveriana di Pesaro.

Virale è Via Passeri xxx FUORI FESTIVAL, un Off parallelo al Festival del Cinema di Pesaro, un pensiero comunitario che parte da una via storica e importante della città, per farla rivivere attraverso i suoi luoghi, negozi, laboratori, musei, spazi pubblici e privati. Un lungo e creativo *open* di consapevolezza e di recupero urbano e sociale, una luce accesa sulle identità appannate e sulle smagliature del tessuto urbano.

Virali sono le incursioni in forma di eventi e di *performance* urbane della *street art* senigalliese, in passato spesso al limite soprattutto per le turbolenze del centro sociale Mezza Canaja, fatta di contrappunti sui muri firmati/non firmati da autori di personalità e valore come Geos e Blu che anche da qui hanno posto le basi di un grande successo.

Curioso, e forse non casuale, che Senigallia nei primi anni Novanta del secolo scorso abbia scelto di riconoscere l'attività artistica dei *writer* riservando loro muri dove dipingere era legale: Via Cellini, Stadio Bianchelli, Fosso Sant'Angelo, Cinema Gabbiano, sottopasso della Penna. Questo riconoscimento ha favorito la formazione, il consolidamento e lo sviluppo, già dalla fine degli anni Novanta, di una tendenza che si è evoluta e sviluppata con tratti del tutto specifici.

Virali sono le decine di festival di diversa e talvolta bizzarra origine che ogni anno percorrono le strade di Macerata. Sono il frutto di un *movimentismo* e di un attivismo dal basso – fertilizzato e alimentato dalle *community* creative giovanili dell'Accademia e dell'Università – che poco si preoccupa del rigore organizzativo e progettuale e più si spende per progetti di comunità e di socializzazione. E soprattutto sceglie forme di diffusione del messaggio che si fondono con la scelta del mezzo – principalmente *social network* e media virtuali. A conferma del fatto che alla sfida di una comunicazione nuova e integrata – nei contenuti nei mezzi e nei processi – non si sottrarrà nessuno, né il ROF né i tanti Off di diverso segno sparpagliati per le strade italiane e marchigiane.

Conclusioni

Il criterio di questa ricognizione, volutamente selettiva e mirata, è quello di leggere nella piattaforma territoriale quei format che, in forme e modalità differenti, lavorano sulla costruzione del senso, sulle tracce di modernizzazione nei suoi aspetti comunitari, culturali ed economici. A partire dall'idea che questi prodotti/processi sono parte dei beni competitivi territoriali, in termini di sviluppo, e beni comuni di comunità, per le infrastrutture di cittadinanza.

Mancano esempi di quel modello per così dire tradizionale e *a-territoriale*, fatto di macro tematiche generali e *panel* ricchi di relatori ad alto tasso di visibilità, non perché non siano di successo ma perché non rappresentano vettori di innovazione specifica su cui le Marche possono esibire un ruolo di *leadership*.

Queste storie, per il loro contenuto cognitivo, relazionale, organizzativo e me-

etnologico sono processi dell'industria culturale di fatto geolocalizzate – ed è un bene – capaci però di partire dal territorio per parlare al mondo. Lo hanno fatto con l'attivazione di reti di moltiplicazione del mezzo e del messaggio, ma anche con la costruzione di aggregati di processo funzionali e di senso tra individualismo spinto, civismo consapevole, solida reputazione e una sana competizione intra ed extra regionale. Fino al punto di immaginare – e sarà un'inevitabile prospettiva – veri e propri modelli di *business* a sostegno.

Resta un tema aperto, però, ed è la sfida alta cui sono chiamati eventi e festival. Con alcune inevitabili domande: perché? Per chi? Con chi? Le Marche non hanno ancora un esempio pressochè perfetto – intendendo la pertinenza delle sue parti e la coerenza interna dei processi tra contenuti alleanze e finalità – come il Festival delle Città Impresa del Nord-Est; e curiosamente ripescando nelle matrici del modello NEC c'è da chiedersi perché qui non sia nata non tanto un'iniziativa analoga ma un pensiero aggregante. Così come c'è da chiedersi perché non ci sia un'esperienza ipermoderna – sull'esempio della Notte Rosa – che abbia l'ardire di segnare la *città adriatica* marchigiana con un'impronta contemporanea e di personalità ma di area vasta, anche s-coerente, s-corretta, s-conveniente.

Entrambe le domande rimandano ad almeno due precondizioni. Quella di leggere oltre i punti – seppur eccellenti – per elaborare una narrazione del territorio che dissimuli linee e connessioni per lasciare tracce con oggetti sociali, progetti di cittadinanza, culture utili ed emancipate. E quella di elaborare forme di aggregazione non solo funzionale e tattica ma anche strategica, di visione.

Per competenze, relazioni e attrattività, le Marche di ora sono pronte ad affermare con decisione una via autonoma ai processi culturali come moltiplicatori di qualità, visibilità e internazionalità del territorio. La lucida intelligenza con cui è stato gestito il patrimonio simbolico e metaforico di Padre Matteo Ricci – recuperato come preziosa matrice di un multiculturalismo evoluto, e dopo molti secoli ancora ambasciatore privilegiato per dialoghi interculturali prima che economici – dimostra una sensibilità della *governance* regionale verso mondi Altri, davvero *up to date*. C'è da augurarsi che anche le strategie di costruzione dell'area vasta adriatico-jonica – come globalizzazione di prossimità – sappiano considerare i processi culturali, e quindi anche la loro concreta traduzione in prodotti, come un indispensabile laboratorio di confluente in cui si ripensa la geografia, si allargano le relazioni e si gettano le reti, ben oltre le attuali maglie diplomatico-burocratiche.

Riferimenti bibliografici

- Agamben G., (2008) *Che cos'è il contemporaneo?* I sassi nottetempo, Roma
Anselmi S., (1996) *Storie di Adriatico*, il Mulino, Bologna
Bonami F., (2010) *Si crede Picasso*, Mondadori, Milano
Bonomi A., (2010) *Il distretto del piacere*, Bollati Boringhieri, Torino
Caliandro C., Sacco P., (2011) *Italia Reloaded*, il Mulino, Bologna
Cattelan M., (2011) *Un salto nel vuoto*, Rizzoli, Milano
Ciorra P., (2011) *Senza architettura*, Laterza, Roma-Bari
Ciorra P., Marini S., (2011) *Re-cycle*, Electa-Fondazione Maxxi, Milano
Codeluppi V., (2008) *Il biocapitalismo*, Bollati Boringhieri, Torino

- Communitas 42, (2010) *Dal distretto del piacere alla notte rosa*, Editoriale Vita, Milano
- De Botton A., (2009) *Una settimana all'aeroporto*, Guanda, Parma
- De Luca E., (2008) *Pianoterra*, nottetempo, Roma
- Dini A., (2006) *Le professioni della comunicazione*, Il Sole 24 Ore-Iulm, Milano
- Federculture, (2011) *Rapporto Annuale*
- Gezzi M., Ruggeri A., (2008) *Porta Marina*, Pequod, Ancona
- Giancarli D., (2009) *Storie al margine*, Exorma, Roma
- Koolhaas R., (2010) *Singapore Songlines*, Quodlibet, Macerata
- Pollarini A., (2010) "I turismi vocazionali", *Rivista di Scienze del Turismo*, n. 1, <http://www.ledonline.it/Rivista-Scienze-Turismo/>
- Symbola-Unioncamere, (2012) *L'Italia che verrà. Industria culturale, made in Italy e territori*,
- Taddia F., Ceroni C., (2010) *Fuori luogo*, Feltrinelli, Milano
- Venturi R., Scott Brown D., Izenour S., (2010) *Imparare da Las Vegas*, Quodlibet Abitare, Macerata

LA RIORGANIZZAZIONE DEL COMPARTO MUSICALE
DELLE MARCHE

di Renato Pasqualetti

Abstract

Starting from the mid-1960's, while the economy of Le Marche, up to then mostly based on agriculture, started profiting from manufacturing activities, some important projects concerning the regional cultural policy were designed with a special focus on music. With the Reference Law 800/67 (1967) all the musical activities carried out within the national boundaries were set with great sensibility and effectiveness, with a special concern for opera houses, theatres of ancient tradition and orchestral institutions. In relation to the width of its territory and the number of its inhabitants, Le Marche boast the biggest amount of theatres in the world: 72 historical buildings designed by renowned architects stand nowadays, perfectly restored and still functional for the most part, as the tangible proof of the great importance of performing arts in the region's cultural history from the XVII century to date. Some important cultural organizations of Le Marche have profited from the Reference Law 800/67: all of them are listed in the first part of the article, where it is also explained that just a few of them can currently rely on a stable or suitable contribution from the National Government by means of the FUS (Fondo Unico dello Spettacolo, the ministerial fund for performing arts). Further on, the author focuses on the criteria fixed by the Regional Government for the granting of funds to theatrical organizations (Regional Law n. 11, articles 8-9, year 2009) and on two fundamental distinctions in the field of cultural production and promotion: the first one between *Subjects* and *Projects of regional interest*, the second one between *production* and *distribution*. The central theme in the article is the idea of culture as a multiple resource and value or *a strategic element for the development of the regional community*, as recently stated by the Councillor Pietro Marcolini, Responsible of the Regional Department of Culture from 2010 to date. Great attention is also paid by the author to some significant figures drawn from a survey on live performances recently promoted by the Regional Department of Culture, where the percentage of professionals (musicians and technicians as a whole) involved in music performances every year proves to be the highest by far. The final section of the article sheds a light on some basic networking strategies to be implemented within a long-range project in the field of cultural cooperation and optimization, especially in times of economic recession.

Introduzione

Dalla metà degli anni Sessanta del Novecento, in coincidenza con la trasformazione di una società basata essenzialmente sull'agricoltura in una che aveva al centro dello sviluppo la piccola e media impresa manifatturiera, nasce nelle Marche una serie di importanti progetti culturali basati sulla musica. La legge di riferimento fu la 800 del 1967 che inquadrò con grande intelligenza ed efficacia tutte le attività musicali del nostro Paese, in particolare gli Enti lirici, i Teatri di Tradizione e le Istituzioni Concertistiche Orchestrali. È la storia dello Sferisterio di Macerata (1967) e del Teatro Pergolesi di Jesi (1967), entrambi Teatri di Tradizione, quella del Rossini Opera Festival di Pesaro (1980) come Festival e quella dell'Orchestra Filarmonica Marchigiana (1985) riconosciuta come Istituzione Concertistica Orchestrale, solo per citare le più antiche e rilevanti.

D'altronde, c'erano tutte le premesse perché le Marche si candidassero a essere una delle regioni musicali più importanti d'Italia. Già nel Seicento, infatti, e poi nei secoli successivi si sviluppa nelle Marche una vera e propria civiltà dello spettacolo, facendo sì che, in rapporto al numero di abitanti e alla vastità del territorio, la regione Marche sia caratterizzata dalla più fitta presenza di teatri al mondo: una straordinaria rete di Teatri comunali ad uso pubblico, che nel tempo si sono caratterizzati come luoghi non solo di spettacolo, ma di importante aggregazione civile e sociale. Oggi sono settantadue i teatri storici della regione, perfettamente restaurati e funzionanti. Splendidi monumenti laici, che da soli basterebbero a motivare un viaggio nelle Marche, anche perché progettati da grandi architetti quali, tra gli altri, Alessandro Galli da Bibbiena, Ireneo Oleandri e Cosimo Morelli. Marchigiani, inoltre, sono il pesarese Nicolò Sabatini (1574-1654), autore del primo trattato di scenografia prodotto nel mondo, e il fanese Giacomo Torelli (1604-1697/98), uno dei più grandi scenografi del suo tempo.

Oltre che dai teatri le Marche sono state caratterizzate da una presenza estremamente significativa di grandi talenti dello spettacolo musicale. Marchigiani sono tre dei maggiori compositori italiani: Giovan Battista Pergolesi (1710-1736), Gaspare Spontini (1774-1851) e Gioachino Rossini (1792-1868). E nelle Marche sono nate alcune tra le più importanti voci della lirica mondiale: Beniamino Gigli, Renata Tebaldi, Franco Corelli, Sesto Bruscantini, Anita Cerquetti. Infine, l'importanza dello spettacolo e della musica nelle Marche ha fatto sì che dall'Ottocento, in quasi tutte le città e i paesi della regione, nascessero filodrammatiche, cori e bande musicali che per secoli hanno contribuito a dar vita a un numero incredibile di cittadini che si sono dilettrati con lo spettacolo ed in particolare con la musica.

1. Soggetti ed eventi della musica nelle Marche

La storia dello spettacolo musicale nelle Marche contemporanee si sviluppa dalla metà degli anni Sessanta del secolo scorso con iniziative nate autonomamente nei vari Comuni, o per la presenza di illuminati operatori culturali – per tutti basti ricordare Carlo Perucci, animatore delle stagioni liriche di Macerata e Jesi –, o da progetti ideati dalle stesse Amministrazioni comunali, come l'esperienza del Rossini Opera Festival. Eventi e soggetti diversi per consistenza e programmi, che

comunque rappresentano una realtà molto significativa nel panorama nazionale e internazionale.

1.1 Soggetti e attività del settore della Musica Lirico/Sinfonica

All'inizio del nuovo millennio si può delineare uno schema riassuntivo delle attività musicali nelle Marche, che in larga parte, per quello che riguarda la musica lirica e sinfonica, trova ancora il proprio riferimento originario nella legge 800/67.

A) Soggetti ed eventi che godono di un *riconoscimento ministeriale* nel settore della Musica lirico/sinfonica e che svolgono in *maniera continuativa un'attività di produzione*, per la quale ricevono un contributo costante, seppure soggetto a variazioni, dal Fondo Unico dello Spettacolo (FUS):

n. 2 Festival:

- Rossini Opera Festival di Pesaro;
- Festival Pergolesi Spontini di Jesi.;

n. 2 Teatri di Tradizione:

- Associazione Arena Sferisterio di Macerata;
- Teatro Pergolesi di Jesi;

n. 1 Istituzione Concertistica Orchestrale:

- Fondazione Orchestra Regionale delle Marche.

B) Soggetti che hanno operato nella cosiddetta attività di lirica ordinaria e che hanno svolto in maniera continuativa un'attività di produzione per la quale ha ricevuto costantemente un contributo di entità variabile dal FUS:

n. 1 teatro di attività di lirica ordinaria con attività continuativa di produzione:

- Fondazione Muse di Ancona.

C) Altri soggetti, infine, che hanno operato nella cosiddetta *attività di lirica ordinaria*, ma che hanno svolto in maniera non continuativa un'attività di produzione o anche un'attività di semplice ospitalità, per la quale hanno ricevuto saltuariamente un contributo di entità variabile dal FUS:

n. 4 Teatri di attività di lirica ordinaria con attività non continuativa e non sempre di produzione:

- Comune di Fermo per il Teatro dell'Aquila;
- Comune di Ascoli Piceno per il Teatro Ventidio Basso;
- Teatro della Fortuna di Fano;
- Comune di Fabriano per il Teatro Gentile da Fabriano.

D) Altri eventi di musica lirico/sinfonica che non hanno riconoscimento ministeriale e ricevono contenuti finanziamenti FUS:

- Festival Cantar Lontano;
- Le attività dell'Ente Concerti di Pesaro;
- Le attività degli Amici della Musica di Ancona e Fermo.

1.2 Soggetti e attività del settore della Musica Contemporanea e d'autore

“Musicultura. Festival per la Canzone Popolare e d’Autore” è, allo stesso tempo, un Premio, riservato ai testi di canzoni inedite e agli artisti che le eseguono, e un evento musicale. Si tiene con cadenza annuale allo Sferisterio di Macerata.

Il Festival “Adriatico Mediterraneo” è l’evoluzione del Festival di musica Klezmer e oggi è diventata una manifestazione internazionale, che parte da Ancona, ma sviluppa iniziative musicali e culturali in altri Paesi del Mediterraneo, che hanno al centro le tradizioni musicali dei popoli che vi si affacciano.

“Nuova Musica” di Macerata è una rassegna di primaria importanza nel panorama italiano e internazionale della musica contemporanea e di ricerca.

Marche Jazz Network è il soggetto che ha costituito un circuito molto significativo dedicato al jazz raccogliendo le esperienze di “Ancona Jazz”, “Fano Jazz”, “TAM – Tutta un’Altra Musica” e “Musicando”.

1.3 Soggetti e attività del settore della formazione e dello studio

- Conservatorio Statale di Musica “G. Rossini” di Pesaro;
- Conservatorio Statale di musica “G.B. Pergolesi” di Fermo;
- Istituto Musicale Pareggiato “G.B. Pergolesi” di Ancona.

1.4 La legge n.11/2009 della Regione Marche e alcune distinzioni fondamentali dei Soggetti e dei Progetti d’interesse regionale

Alla fine della legislatura regionale 2004/2009 e all’interno degli organi di governo della Regione Marche e tra i soggetti dello spettacolo si è sviluppato un acceso dibattito, soprattutto per definire i soggetti e i progetti riconosciuti di interesse regionale. Un confronto complesso e anche aspro, che è stato sintetizzato negli articoli 8 e 9 della legge regionale di settore n. 11 del 2009.

Nel promuovere questa legge e nel definire soprattutto i soggetti di primario interesse regionale, la Giunta regionale ha voluto sottolineare la logica che pre-vede la possibilità di perdere il riconoscimento di soggetti riconosciuti, se vengono meno alcune caratteristiche essenziali e di ottenerlo da parte di nuovi soggetti che dimostrino di possedere caratteristiche adeguate. Una dinamica aperta, dunque, che non determina nessuna rendita di posizione e non mette paletti d’accesso.

All’articolo 8 si legge che i *Progetti di interesse regionale* hanno lo scopo di promuovere la crescita complessiva del sistema:

- incentivando attività che si connotino per un elevato interesse artistico e culturale;
- privilegiando l’innovazione dei linguaggi, delle tecnologie e l’impiego di nuove generazioni di artisti;
- incrementando la produzione di reti, servizi, esperienze, metodologie e modelli che rendano più razionale ed economica la gestione delle strutture al fine di favorirne l’accesso;
- perseguendo l’obiettivo di ridurre gli squilibri sociali e territoriali.

All’articolo 9 si legge che entro 90 giorni dall’approvazione della legge è istituito l’elenco dei *Soggetti di Primario Interesse Regionale* e che nell’elenco sono iscritti i soggetti che, operando con continuità da almeno cinque anni, hanno già un

formale riconoscimento ministeriale. Inoltre essi debbono svolgere almeno una delle seguenti attività:

- distribuzione dello spettacolo di qualità e promozione e formazione del pubblico negli ambiti della prosa e della danza;
- promozione, coordinamento e produzione della musica in quanto Istituzione Concertistica Orchestrale;
- produzione stabile e formazione nel settore della prosa;
- produzione e promozione della musica lirica in rete o di particolare rilievo;
- produzione e promozione in rete del Teatro per Ragazzi;
- produzione e valorizzazione in rete di attività di spettacolo, a carattere contemporaneo o innovativo, di dimensioni almeno sovraprovinciali.

La diversità fondamentale tra *Soggetti* e *Progetti* consiste nel fatto che i *Soggetti* sono finanziati in quanto tali e per l'attività che storicamente sviluppano e quindi non partecipano ad alcun bando ma stipulano una convenzione con la Regione proponendo un programma e ricevendo un finanziamento conseguente. Inoltre questi soggetti possono utilizzare il fondo di anticipazione previsto dall'apposita legge regionale.

Invece, i *Progetti*, che debbono essere presentati da soggetti diversi da quelli riconosciuti d'interesse regionale, partecipano al bando predisposto e i vincitori del bando godono di specifici finanziamenti.

Nel valutare i singoli soggetti musicali nelle Marche e successivamente proporre un'ipotesi di un loro organico sistema, è indispensabile innanzitutto cogliere la diversità tra *produzione* e *distribuzione* di spettacoli, attività entrambe importanti ma dissimili tra loro.

La *produzione* (lo spettacolo messo in scena viene progettato e realizzato appositamente per quell'evento) richiede maggiori costi ma utilizza lavoro locale e, quindi, produce maggior reddito alla persona e alle imprese. Inoltre è questa l'attività che concorre a caratterizzare prevalentemente la stessa immagine delle singole città e della regione e a stimolare maggiormente i flussi turistici nazionali ed inter-nazionali.

Mentre, la *distribuzione* (lo spettacolo messo in scena viene programmato e realizzato altrove) richiede un minore impiego di risorse, ma produce minore reddito e minori dinamiche economiche, pur svolgendo un'essenziale funzione di servizio per la stessa gestione dei teatri e per soddisfare esigenze diffuse di fruizione di spettacolo nella regione.

2. La Cultura come risorsa, come valore

La politica culturale delle Marche e con essa quella per lo spettacolo musicale, di cui ci interessiamo in questo articolo, subisce una profonda modificazione con l'attuale assessorato di Pietro Marcolini, chiamato all'incarico di Assessore alla Cultura nella Giunta Spacca insediatasi nell'aprile del 2010. «Investire in cultura – dichiara Marcolini fin dall'inizio del suo assessorato – significa investire su qualità ed eccellenza considerandole come volano dell'innovazione, dell'occupazione giovanile e dell'integrazione sociale. Per sua natura la cultura è connessa al turismo, alla valorizzazione del territorio, alle politiche sociali e alla produzione industriale.

Pertanto essa rappresenta un elemento strategico di sviluppo della comunità». Marcolini è anche assessore al Bilancio e quando, in netta controtendenza con il Governo nazionale, la Giunta regionale aumenta in maniera significativa le risorse per la cultura, che nel bilancio 2011 complessivamente passano da 8 a 12 milioni di euro, inserendola tra gli assi strategici per un nuovo sviluppo, egli intende concretamente dimostrare che nelle Marche la cultura sta crescendo d'importanza e cambiando il suo stesso ruolo. Marcolini non ama le rendite di posizione e i contributi ripetuti al di là dei risultati, ma richiede agli operatori culturali – e quindi anche ai soggetti dello spettacolo musicale – di diventare un'autentica *parte del motore per un nuovo sviluppo economico della regione*.

Dopo un anno di confronto e di approfondimento di tutti i settori legati alla cultura e quindi anche di quello musicale, nell'aprile del 2011 si giunge al convegno "Cultura come risorsa come valore", una tappa fondamentale di ascolto, confronto e poi di rilancio alla luce di una riflessione approfondita e il più possibile condivisa.

Fin dalle relazioni introduttive risulta chiaro che in tempo di crisi lo scenario è drammatico e la *spesa per la cultura va razionata, razionalizzata e riorientata*. Ciò significa che fare politica culturale regionale non significa solo sostenere attività, eventi e beni culturali come settore in sé, ma favorire decisamente la creazione di fattori e condizioni in grado di *garantire un reale sviluppo identitario, sociale ed economico*.

Il convegno, infine, mette anche in luce i limiti di *settori culturali frammentati e con poca collaborazione al loro interno*. Di conseguenza, l'invito esplicito è di orientarsi decisamente per la realizzazione di "reti e sistemi", che riducano sprechi e doppioni e rilancino i vari settori, compreso quello musicale, secondo una logica di efficienza e dimostrando reale capacità di contribuire allo sviluppo economico e alla crescita della coesione sociale.

Dal convegno, insomma, emerge con chiarezza che, insieme a quelle per la difesa del lavoro, per il mantenimento delle prestazioni sociali e per l'investimento nella *economia verde*, la scelta forte della cultura vuol essere un preciso messaggio per orientare un nuovo sviluppo regionale.

Il convegno si conclude con la condivisione e la sottoscrizione del "Manifesto per la difesa e la valorizzazione della cultura". Al centro del manifesto c'è un concetto di cultura ampio che ricomprende i beni e le attività culturali tradizionali e assieme a questi le imprese creative, la società della conoscenza e tutti gli ambiti di produzione di contenuti e di manufatti di eccellenza.

3. Il comparto della musica di fronte alle nuove indicazioni regionali

Prendendo a riferimento il 2010, anno del convegno "Cultura come risorsa come valore", i primi dati che emergono dal "Censimento dello spettacolo dal vivo", voluto dall'Assessorato alla Cultura della Regione, dimostrano che l'intero comparto dello spettacolo riveste, per le Marche, un'importanza e un peso di tutto riguardo.

Basti pensare che il *giro economico si aggira annualmente su 45 milioni di Euro*, di cui, per ciò che riguarda i ricavi, *circa la metà, ossia 20 milioni di euro, sono*

costituiti da contributi pubblici: dal Ministero, dalla Regione, dalle Province e dai singoli Comuni.

L'altra metà circa è rappresentata dall'autofinanziamento, prevalentemente dalla biglietteria, mentre i contributi dei privati non raggiungono il 10%. *Le persone che lavorano nel comparto sono attorno alle 1.500*, dai direttori artistici ai più semplici lavoratori del palcoscenico. Di questi ultimi solamente 200 sono lavoratori a tempo indeterminato, con una prevalenza all'interno degli uffici amministrativi. Circa 90 sono le collaborazioni professionali (sovrintendenti, direttori artistici, direttori generali, amministratori delegati, collaboratori artistici e tecnici di vario tipo, ecc.). Il resto, vale a dire la stragrande maggioranza, è costituito da lavoratori a tempo determinato, sia per le caratteristiche di stagionalità del mondo dello spettacolo, sia per quella certa precarietà che gli è tipica. A proposito dei lavoratori a tempo determinato bisogna comunque precisare che una parte rilevante di loro, circa il 75%, ha avuto negli anni un'occupazione ripetuta e ricorrente.

Le giornate di spettacolo (musica, prosa, danza, ecc.) sono, comprese le repliche, circa *5.700 ogni anno*, con un'incidenza, ma il calcolo andrebbe valutato nei vari periodi dell'anno, di circa 15 spettacoli al giorno, un numero indubbiamente rilevante per una regione di un milione e mezzo di abitanti distribuiti in 239 Comuni.

In questo mondo *la musica è senz'altro il comparto più rilevante*, sia per le giornate di spettacolo, che raggiungono il 50% del totale, sia per ciò che riguarda gli investimenti, dove la musica tocca il 65% circa, sia per il personale utilizzato. Va, infine, precisato che da questi dati sono esclusi tutti gli spettacoli a tipica finalità lucrativa come i concerti di musica leggera e tutti gli spettacoli occasionali, che, specialmente durante l'estate, vengono organizzati prevalentemente a scopo di accoglienza turistica.

Gli elementi più evidenti che risaltano a chi compie una valutazione del comparto musicale nelle Marche sono essenzialmente due, che tra loro possono apparire in parte contraddittori. Per un verso *l'estrema diffusione e importanza di questo settore*, soprattutto se riferito a una piccola regione di appena un milione e mezzo di abitanti. I festival estivi e le stagioni sinfoniche e liriche invernali coprono l'intero arco dell'anno e l'intero territorio regionale con un indubbio valore anche a livello nazionale e internazionale.

Per l'altro verso *le singole esperienze sono vissute sempre separatamente e rarissimi sono stati i casi di coproduzioni o collaborazioni*. Questo fenomeno, quasi spontaneo data la nascita successiva e separata delle varie esperienze, anche di quelle riconosciute dal Ministero dei Beni e Attività culturali, ha certamente determinato forti identità ma senza dubbio offre uno scenario in cui troppo spesso le attività si sovrappongono e non c'è mai stata una politica tendente a eliminare eventuali doppioni e ridurre alcuni costi attraverso una programmazione comune delle varie attività né una reale collaborazione.

Dal convegno "Cultura come risorsa come valore" i soggetti dello spettacolo e, tra loro, quelli musicali, traggono l'indicazione perentoria della Regione di rispettare i *pareggi di bilancio*. Ma non tutti si presentano all'appuntamento del 2011 con le stesse credenziali: alcuni hanno bilanci in sesto e sono stati *virtuosi* nella

gestione degli ultimi anni, mentre altri presentano forti deficit e hanno gravi difficoltà per il futuro. Inoltre, e soprattutto nei soggetti più strutturati attorno alla propria attività, emerge una certa riluttanza a offrire le nuove prospettive indicate dalla Regione in termini sia di qualità delle produzioni, sia di contributo dato al turismo, sia di assorbimento di occupazione qualificata.

Il progetto su cui si cerca di lavorare da subito con convinzione è di *favorire un'attività*, se non immediatamente comune, almeno *coordinata e condivisa*, col proposito di creare un vero *Sistema della Musica regionale* – e in particolare di quella lirico-sinfonica – che sia pur sempre rispettoso della storia e dell'identità di ogni soggetto.

4. Nasce il Consorzio Marche Spettacolo

La nuova politica regionale per la cultura, e al suo interno per lo spettacolo dal vivo, trova un punto importante di concreta realizzazione il 22 dicembre 2010 con la costituzione del Consorzio Marche Spettacolo (CMS), l'organismo che riunisce numerosi soggetti operanti nel settore dello spettacolo dal vivo nella regione e che può essere considerato il *primo passo sulla strada della riorganizzazione dello spettacolo dal vivo nelle Marche* e con esso del comparto musicale.

La costituzione del CMS rappresenta uno dei momenti più originali della politica regionale per la cultura e lo spettacolo e testimonia la volontà di porre la cultura al centro delle strategie di un nuovo modello di sviluppo sostenibile del territorio. Il CMS viene istituito dopo un intenso lavoro di confronto tra i soggetti interessati a un coordinamento reale del comparto dello spettacolo dal vivo e nella consapevolezza che “fare rete” è sempre più la soluzione di fronte ad un contesto reso difficile dal calo delle risorse.

Esso nasce dunque come un'opportunità a disposizione dei soci consorziati e, più in generale, di tutto il settore, con la finalità dichiarata di *offrire servizi*, sostenere la *razionalizzazione della spesa*, evitare sprechi e creare nuove *opportunità di rilancio e sviluppo*. La partecipazione dei singoli consorziati alle iniziative e alle azioni del CMS avviene su base libera e volontaria, nel rispetto della autonomia gestionale dei consorziati.

Si tratta, insomma, di uno strumento fortemente innovativo nel panorama italiano dello spettacolo dal vivo e ovunque riceve attenzione e apprezzamento, dato che su spinta della Regione Marche ma con il concorso dei soggetti e degli operatori dello spettacolo si è dato vita a uno strumento di *governance* del comparto che trova rarissimi eguali a livello nazionale.

Il 22 dicembre del 2010 hanno siglato l'atto di costituzione dieci *enti promotori* che operano con stabilità da anni in materia di spettacolo dal vivo e che sono anche i dieci soggetti riconosciuti d'interesse regionale¹. Ad essi si sono aggiunti, in qua-

¹ Cinque soggetti del comparto musica lirico/sinfonica: Fondazione Rossini Opera Festival (Pesaro); Associazione Arena Sferisterio-Teatro di tradizione (Macerata); Fondazione Pergolesi-Spontini (Jesi); Fondazione Orchestra Regionale delle Marche (Ancona); Fondazione Teatro delle Muse (Ancona). Un soggetto del comparto musica popolare contemporanea: Associazione Musicultura (Recanati). Quattro soggetti del comparto prosa e danza: Associazione Marchigiana Attività Teatrali (Ancona); Fondazione

lità di *consorziate partecipanti*, altri due soggetti regionali operanti nello spettacolo dal vivo². Ed altri quattordici come *consorziate aderenti*³.

La compagine consortile giunge in tal modo all'importante numero di ventisei enti, registrando così, in poco più di un anno di attività, un incredibile aumento percentuale (150%).

Il CMS⁴ ha ormai anche completato l'allestimento della propria sede, presso l'edificio dell'Assemblea legislativa della Regione Marche (Piazza Cavour 23, Ancona).

Come uno dei punti qualificanti della sua attività il CMS ha portato avanti un lavoro di analisi sulle concrete necessità dei consorziate per l'ottimizzazione dei costi delle sedi e per le altre esigenze logistiche ritenute strategiche, in particolar modo un *magazzino comune* per lo stoccaggio di materiali scenografici, costumi, attrezzatura, impianti audio-luci, oltre a laboratori, sale prove, spazi spettacolo.

Varie sono state le proposte per *servizi capaci di contenere costi*, quali un *consulente fiscale e tributario* unico e quello relativo alla *consulenza unica in materia di sicurezza sul lavoro*.

Si è inoltre selezionato un *fornitore convenzionato con il CMS per i servizi di biglietteria* ed è in fase di avvio il piano integrato per la fornitura di tali servizi di biglietteria.

È stato anche selezionato il fornitore convenzionato per i *servizi di telefonia mobile*. Infine, a seguito di un puntuale lavoro di analisi dei costi annualmente sostenuti dai Consorziate per le *forniture di energia elettrica e riscaldamento*, si sta verificando l'opportunità di intervenire anche in tale ambito.

Il CMS ha poi sviluppato un'intensa attività per concrete *azioni di sviluppo*. All'interno del "Progetto Lavoro" – volto, nel suo complesso, a *valorizzare e tutelare le risorse umane del comparto spettacolo regionale* a rischio di precarietà – rientra la ripresa e il lancio della banca dati degli operatori dello spettacolo avviata dalla Regione Marche come previsto dalla Legge Regionale 11/09.

Il CMS ha partecipato alla Borsa Internazionale del Turismo - BIT (Milano, 16-19 febbraio 2012). Ha coordinato un evento tutto di genere intitolato "Marche: femminile plurale. Ogni giorno è uno spettacolo!". È stata poi pianificata la *campagna di comunicazione estiva* del CMS sui principali quotidiani nazionali ed è stata pure creata una *pagina web* (www.marchespettacolo.it) che verrà progressi-

Le città del Teatro-Teatro stabile delle Marche (Ancona); Associazione In teatro (Polverigi); Il Teatro del Canguro (Ancona).

² Consorziate partecipanti: Azienda Speciale Servizi Cultura e Spettacolo-Teatri (Civitanova Marche); Coro Lirico Marchigiano V. Bellini (Ancona).

³ Consorziate aderenti: Orchestra Sinfonica G. Rossini (Pesaro); Associazione Adriatico Mediterraneo (Ancona); Associazione Artemusica; Associazione Ascoli Piceno Festival (Ascoli Piceno); Associazione Culturale Nuova Musica (Macerata); Associazione Culturale Nuovo Cinema (Macerata); Associazione Marche & Organi – Network Organistico Marchigiano; Babelia & C. – progetti culturali; MJN – Marche Jazz Network – Marche; ProArtis; Società Amici della Musica G. Michelli; Soc. Coop. E lucevan le stelle; Teatro Aenigma; Teatro Cust 2000.

⁴ Nelle prime riunioni dell'Assemblea dei Soci sono stati nominati Presidente del Consorzio Carlo M. Pesaresi e Direttore Gilberto Santini e, attraverso una selezione, viene assunta come Segretaria di coordinamento del Consorzio Mara Polloni.

vamente arricchita di contenuti, compreso un calendario con la raccolta e la sincronizzazione di tutti gli eventi dei consorziati.

Inoltre, in collaborazione con l'Associazione Casa delle Culture, il CMS ha organizzato l'evento "Refresh! The Mind. Una chiamata per intellettuali marchigiani under 40", pensato come occasione innanzitutto di incontro tra giovani talenti della scena marchigiana.

In termini di *progettazione internazionale*, il CMS ha anche deliberato di affidare l'incarico annuale di consulenza alla cooperativa di progettazione T33.

Infine, si è proposto il Progetto pilota "Contenitori Culturali Aperti/ SILVER Art", che prevede specifici interventi di valorizzazione del patrimonio culturale delle Marche (teatri, biblioteche e musei) tramite la presenza al loro interno di *volontari over 60* opportunamente formati.

Da ultimo, nella riunione prima dell'estate, al CMS è stato chiesto di attivarsi con i soggetti dello Spettacolo dal Vivo delle Marche per formulare adeguate proposte al fine di un *riordino complessivo del comparto*, tra cui quello musicale.

5. Una proposta per la riorganizzazione del comparto musicale nelle Marche

È assolutamente indispensabile *procedere rapidamente a un riordino del comparto musicale nelle Marche*, a organizzare un sistema efficace, a difendere ciò che fin qui si è realizzato, avviando, contemporaneamente, processi di innovazione.

Se non ci sarà questa *capacità di concreta programmazione*, bisogna avere piena consapevolezza che il riordino verrà fatto comunque e duramente dalla crisi economica generale e dalla drammatica emergenza finanziaria del Ministero dei Beni e Attività culturali, della Regione Marche, dei Comuni, con l'aggravante della dissolvenza delle Province, almeno per la delega alla Cultura.

Consapevoli di questa esigenza, nella riunione del 27 luglio 2012 del Consorzio Marche Spettacolo l'Assessore regionale Marcolini e i numerosi rappresentanti dei Soci presenti hanno dato mandato al Presidente del Consorzio stesso e al suo Direttore di attivarsi per la convocazione di vari *tavoli*, allo scopo di formulare ipotesi di riorganizzazione dei vari settori, in particolare della Musica e della Prosa. Ed è opinione diffusa che sia la Regione Marche, per gli stessi compiti istituzionali che le sono affidati, a dover favorire e coordinare questa imprescindibile operazione.

Un *Progetto di riordino del comparto musicale nelle Marche* potrà cogliere risultati efficaci solo se ci si muoverà per la *realizzazione di un Sistema organico forte*, fatto al suo interno di *reti di soggetti omogenei*, di coproduzioni intelligenti, di collaborazioni virtuose. Un Sistema che *difenda la qualità* delle attività e degli eventi e che contemporaneamente sia capace di *offrire garanzie alle tante persone che in questo comparto lavorano*, un Sistema in cui i Soggetti coinvolti dimostrino di non essere solo recettori di contributi pubblici, ma realtà che *partecipano concretamente alla realizzazione di un nuovo sviluppo dell'economia regionale*, capace di contrastare la drammatica crisi in atto.

Le possibilità ci sono, anche se bisognerà combattere *alcuni nemici oggettivi* di questo progetto. Il primo potrebbe essere, per esempio, il *municipalismo*, cioè la tendenza a vivere essenzialmente dentro le mura ristrette del proprio Comune o del

proprio evento, senza alcuna disponibilità a porre la propria storia e la propria esperienza al servizio di un disegno di livello regionale.

Il secondo nemico potrebbe essere il *carrierismo* di alcuni operatori, cioè l'atteggiamento egocentrico di chi pensa più al proprio successo che a salvaguardare il comparto musicale delle Marche. Cosa, ovviamente, del tutto diversa dal giusto orgoglio di operare al meglio e averne i giusti riconoscimenti.

Ma numerosi sono anche i *punti di forza* da cui partire: la stessa dimensione raccolta della regione, la qualità degli eventi, la loro distribuzione sul territorio, le professionalità locali maturate negli anni. Inoltre, per quanto sembri paradossale, un *alleato* del Progetto può essere addirittura la *crisi economica e finanziaria*, che, se ben interpretata, può rovesciarsi in un fattore di crescita grazie alla rimozione di eventuali sprechi, doppioni, ridondanze.

Il settore *lirico/sinfonico* è senza dubbio quello prevalente per investimenti, dipendenti, immagine e contributo al turismo, ma è anche il più complesso da riorganizzare per l'importanza e la forte identità dei soggetti coinvolti.

Per ipotizzare una sua riorganizzazione è indispensabile partire da un'analisi della situazione esistente, considerando anzitutto che esso, sia per la produzione di spettacoli (l'impegno nettamente maggiore) sia per la loro distribuzione, si sviluppa sostanzialmente in due parti dell'anno e con due finalità sostanzialmente diverse. Sono diversi anche nel riconoscimento ministeriale e per la *mission* che perseguono.

Il *primo comparto* è quello dei *Festival*, che, comprese le prove e le messe in scena, si attiva in sostanza dagli inizi di luglio alla metà inoltrata di settembre di ogni anno, in questa successione: Macerata Opera Festival (luglio/agosto), Rossini Opera Festival (agosto), Festival Pergolesi Spontini (settembre). Tre eventi molto diversi tra loro sia come dimensione quantitativa e qualitativa sia per la *mission* che li caratterizza.

La stagione di Macerata nasce nel 1967, vive all'aperto, nello Sferisterio, si dedica soprattutto al melodramma dell'Ottocento e trova una sua caratteristica peculiare negli allestimenti da realizzare su un inusuale palcoscenico che presenta un boccascena di più di cento metri.

Il Rossini Opera Festival di Pesaro nasce nel 1980 ed è destinatario di una legge speciale che gli affida il compito di diffondere e valorizzare nel mondo la musica di Rossini. Nel 1993 al Rof è stata riconosciuta la qualifica di ente preposto al recupero e alla rivitalizzazione delle opere di Gioachino Rossini, come parte integrante del patrimonio culturale italiano. Esso mette in scena esclusivamente opere di questo autore e ormai si rivolge a un pubblico prevalentemente internazionale.

Nato nel 2000, il Festival Pergolesi Spontini è dedicato alla valorizzazione delle musiche dei due compositori e di altri autori a loro collegati, il che si realizza attraverso l'esecuzione con strumenti coevi alla composizione, lo studio delle fonti e l'approfondimento delle problematiche esecutive e stilistiche e la predisposizione di edizioni realizzate secondo criteri scientifici. Il Festival ha una natura itinerante e oltre che a Jesi si estende su un territorio più vasto in *location* di particolare fascino.

Conservando e curando la propria identità e la propria specifica *mission*, i tre

Festival, in prospettiva, semplicemente attraverso un Accordo di Programma, dovrebbero collaborare tra loro per varie attività:

- un coordinamento efficace rivolto alla promozione di una sorta di cartellone estivo dei Festival lirici marchigiani, contribuendo efficacemente alla promozione turistica nazionale e internazionale delle Marche;
- progetti comuni rivolti alla formazione professionale delle varie figure dello spettacolo musicale;
- organizzazione di Convegni e appuntamenti internazionali per l'approfondimento della tradizione musicale delle Marche;
- mettere a disposizione le varie figure professionali e il capitale umano in loro possesso per altre iniziative musicali che nelle Marche si svolgono in periodi diversi dall'estate;
- collaborare attivamente alla realizzazione di un *magazzino comune multiuso*;
- stabilire rapporti, almeno per armonizzare le date degli appuntamenti, con Poiésis di Fabriano, Popsophia di Civitanova Marche, Festival Adriatico Mediterraneo di Ancona e gli altri eventi estivi di rilievo.

Il *secondo comparto* è quello delle *stagioni liriche e delle stagioni sinfoniche* invernali, certamente più complesso anche per le attività che all'interno si dovrebbero ipotizzare e perché diversi sono i soggetti che potrebbero e dovrebbero essere coinvolti intorno a un *tavolo unico* per l'elaborazione di uno o più progetti comuni di produzione e distribuzione di spettacoli lirico/sinfonici. I soggetti suddivisi per analogo riconoscimento ministeriale e per la *mission* che perseguono sono: il Teatro di Tradizione Pergolesi di Jesi, che dal 1967 produce una propria stagione lirica di circa tre titoli all'anno. La Fondazione Orchestra Regionale delle Marche, nata nel 1985 come Orchestra Filarmonica marchigiana e trasformata in Fondazione all'inizio degli anni 2000, che, oltre a lavorare tradizionalmente nelle stagioni liriche di Macerata, Jesi e Ancona, produce ogni anno una stagione sinfonica di circa 64 concerti raccolti in 8 o 9 cicli. L'Associazione Sferisterio di Macerata, che è impegnata solamente durante l'estate, ma che potrebbe essere interessata anche alla produzione lirico/sinfonica invernale.

I Teatri che negli anni hanno messo in scena spettacoli lirici anche senza continuità e ricevendo saltuariamente dei finanziamenti dal Fondo Unico dello Spettacolo (FUS): la Fondazione Teatro delle Muse di Ancona, che dal 2002 produce una propria stagione lirica; i Teatri municipali: L'Aquila di Fermo, Ventidio Basso di Ascoli, La Fortuna di Fano.

A tale tavolo potrebbero utilmente essere chiamati a collaborare anche altri soggetti che hanno sviluppato negli anni una significativa attività in questo settore, alcuni lavorando nelle varie Stagioni come, per esempio, il Coro Bellini di Ancona; il Festival Cantar Lontano.

Infine, da subito va favorito il coinvolgimento dell'Amat Marche per tutta la politica di distribuzione di alcuni spettacoli.

La filosofia fondamentale di questo tavolo dovrebbe essere quella di *diminuire i nuovi titoli* prodotti da mettere in scena, *aumentando le serate di replica* attraverso un progetto comune di produzione e distribuzione anche in altre regioni. Bisognerebbe inoltre avere la disponibilità di *far girare e anche debuttare gli spettacoli nei*

vari teatri, immaginando che essi formino un grande teatro da 10.000 posti e partendo così da una sostanziale pari dignità tra le varie realtà, pur riconoscendo diversità qualitative e di budget utilizzati. Fondamentali in questo senso dovrebbero essere le collaborazioni e le coproduzioni. Si dovrebbe, inoltre, definire una programmazione coordinata che eviti sovrapposizioni e inutili doppioni anche con alcuni Festival.

Contemporaneamente si dovrebbero *definire dei percorsi per la riduzione del lavoro precario* del settore, garantendone almeno la continuità.

È del tutto evidente che il Teatro di Tradizione Pergolesi di Jesi, la fondazione Orchestra Regionale delle Marche e il Teatro di Tradizione Sferisterio di Macerata hanno una loro autonomia produttiva che si sviluppa da anni e sono diversi dagli altri sia come *mission* istituzionale, sia come entità dei budget utilizzati ed è logico che mantengano una loro autonomia produttiva.

Diverso è il caso della Fondazione Le Muse di Ancona e gli altri Teatri municipali delle Marche, per i quali è più urgente la costituzione di una rete organizzata in una specifica associazione, che sostanzierebbe di una maggiore forza produttiva e distributiva le risorse che i singoli Teatri al momento non hanno. Solo questa politica può mettere al riparo la presenza di Stagioni lirico/sinfoniche in questi Teatri, anche di fronte ad una scomparsa dei contributi da FUS per la Lirica cosiddetta *ordinaria*.

Si potrebbe ipotizzare un'unica Stagione lirico/sinfonica che, pensata e prodotta unitariamente, potrebbe far girare le produzioni nei singoli teatri, avendo anche l'ambizione di distribuirli in altri teatri regionali come, per esempio, il teatro "Gentile da Fabriano" di Fabriano e in altre regioni.

Questa rete, inoltre, dovrebbe sviluppare una forte e continua collaborazione con gli altri soggetti del sistema complessivo, Festival e Teatri di Tradizione, ed in particolare con l'Orchestra regionale.

Oltre alla produzione di titoli d'opera e di concerti la rete dei teatri municipali potrebbe mettere in campo anche produzioni diverse utili al territorio.

Si potrebbe progettare la *produzione di spettacoli lirici particolari* dei titoli più conosciuti del grande repertorio (*Tosca, Bohème, Traviata, Rigoletto*, ecc.), ma eseguiti con un organico ridotto (19/20 elementi), collocato sulla scena e con una *contrazione* dello spettacolo nelle parti più affascinanti e più note. Essenziali le scene e i costumi, magari affidati all'Accademia di Belle Arti, un regista capace, cantanti e maestri giovani ma bravi. Tutto ciò, se prodotto con buona qualità, potrebbe riportare la musica lirica nei medi teatri marchigiani, contribuendo alla loro attività e preparando la popolazione e soprattutto i giovani alle Stagioni di Tradizione e ai Festival estivi.

Inoltre, per andare incontro al gusto del pubblico, si potrebbe *sperimentare la produzione di spettacoli di Balletto con Orchestra* intrecciata con *Concerti sinfonici e cameristici*. Questi spettacoli, come le opere per i teatri medi, dovrebbero entrare in una *rete di distribuzione regionale e interregionale* con una forte contaminazione dei generi proposti: musica, danza, prosa, ecc.

Progetti speciali potrebbero infine ipotizzarsi per la *crescita culturale della popolazione marchigiana*, con particolare attenzione alle giovani generazioni, alla

formazione di nuovo pubblico, al sostegno dell'integrazione e alla coesione sociale.

Tutto ciò *senza utilizzare specifiche direzioni artistiche, ma utilizzando esclusivamente professionalità già presenti* all'interno dei singoli soggetti pubblici e privati per la gestione concreta del Progetto.

Se si interverrà efficacemente per fronteggiare la crisi economica e finanziaria ci sono ottime possibilità di difendere i *Soggetti* e gli *Eventi* esistenti garantendone la qualità. Altrimenti, il destino dei *Soggetti* e degli *Eventi* della musica nelle Marche tenderà sempre più a somigliare al film *Dieci piccoli indiani* di Agatha Christie, in cui ogni sera si trovava una statua di un indiano spezzata, che annunciava una nuova morte.

IL DISTRETTO CULTURALE EVOLUTO DELLE MARCHE

di Daniele Salvi

Abstract

The decision to give life to the project of the Distretto Culturale Evoluto (Advanced Cultural District) in Marche region is eminently political. It falls within a reformatory process, which started with the new regional legislature, in which the culture assumed a primary value in the governmental action. The administrative acts approved to date respond to this precise programmatic input. The challenge is to build a cultural alliance without which the related public investment would not be sustainable in front of the crisis. For this reason, some sharing points are highlighted upon which the challenge to hold together culture, economy and territory can lie on. The Distretto Culturale Evoluto meets and embodies this necessity according to a concept of culture which became a factor of innovation and a lever for a new local development. For this reason, it is necessary to captivate the quality manufacture system through planning tests capable to open new fields and to move it forward. At the base of this action there must be the will to keep the territorial policies alive, in order to provide the Marche region with some projects which would also be able to cross-interact with the new 2014-2020 European planning.

Nelle Marche è in atto una riforma delle politiche culturali che, pur procedendo per tessere e per tappe successive, mira a costruire un *puzzle* condiviso. Le prime realizzazioni di questo disegno riformatore sono state la nascita del Consorzio Marche Spettacolo, la nascita della Fondazione Marche Cinema Multimedia, mentre un discorso a parte richiederà il consolidamento, la strutturazione e l'estensione delle reti museali, bibliotecarie, archivistiche, alla luce anche dei cambiamenti istituzionali in corso (es. competenze delle Province). Un altro tassello che sta prendendo forma è quello del Distretto Culturale Evoluto (DCE), che ha trovato una prima sistematizzazione con la DGR N. 1467 del 23 ottobre 2012 (sulla base di quanto previsto dalla Legge Regionale n. 4/2010, Capo V, artt. 21 e seguenti, cfr. Scheda 1). Va da sé che a una riorganizzazione delle politiche culturali di questa ampiezza dovrà seguire anche una rivisitazione del *corpus* legislativo in direzione di un Testo Unico, che valorizzi la logica delle reti e le integrazioni con altri settori dell'amministrazione regionale e con strumenti legislativi complementari. La progettualità del DCE rappresenta una novità importante che sta suscitando interesse e

mobilitazione di energie locali nel segno di un sostanziale aggiornamento dell'idea di sviluppo territoriale.

Non essendo un teorico dei Distretti Culturali, il mio contributo consisterà in una riflessione più generale di sostegno alla scelta che la Regione Marche ha fatto, destinando a questo tipo di progettualità risorse importanti che oggi superano i quattro milioni di Euro e che ne movimentano, considerando i cofinanziamenti richiesti, circa dieci. Di fronte al perdurare della situazione economico-finanziaria non possiamo non partire dal tema della crisi e dei suoi riflessi, perché in fondo anche l'idea del DCE rappresenta un modo di contrastare la crisi. Il tema è su quali basi costruiamo un'alleanza per la cultura, che per essere efficace deve essere anche un'alleanza sociale e questa, a sua volta, deve portare la cultura oltre i propri confini tradizionali, altrimenti l'investimento su di essa non è difendibile.

Il primo punto di condivisione è, a mio avviso, quello di ripartire dall'economia reale, cioè dalla produzione e dal lavoro. Occorre rimetterli al centro. Questo intendiamo quando diciamo che la finanza deve tornare a servizio dell'uomo e non viceversa. Non è una scelta scontata, perché altri Paesi hanno scelto vie del tutto diverse.

Il secondo punto è promuovere un'economia della conoscenza, dove l'accento sull'immaterialità e la creatività siano sinonimi di un'evoluzione del nostro tessuto produttivo e non di una sua scomparsa o di un'aleatorietà delle sue prestazioni. In altri termini, l'industria creativa non è l'equivalente su scala produttiva della finanza creativa che abbiamo conosciuto in questi anni e che ci ha condotto al punto in cui siamo giunti.

Il terzo punto, se parliamo di economia della conoscenza, è partire dai fondamentali e cioè dall'emergenza educativa. Lo slogan blairiano è ancora terribilmente attuale e insoddisfatto: *education, education, education*. Ne ha parlato alla presentazione dell'annuale Rapporto di Federculture Roberto Grossi sottolineando come essa non sia una questione ideologica, ma una cosa molto concreta: «Il nostro sistema formativo sembra perdere capacità di attrarre giovani» (Grossi, 2012). Crollano gli iscritti alle accademie artistiche nazionali di maggior pregio e tradizione e nell'ultimo anno sono crollate le immatricolazioni negli atenei italiani, dove i nuovi iscritti sono il 60% dei diplomati, mentre solo dieci anni fa erano il 70%. Nelle Marche ci consoliamo per il fatto che l'Università Politecnica delle Marche tallona la Sapienza e che l'Università di Camerino è da anni la prima tra i piccoli atenei secondo la tradizionale classifica Censis. Peccato che nessuna delle Università italiane sia tra le prime cento al mondo e che la Sapienza sia registrata al numero 210, mentre il Ministro Profumo ci ha recentemente detto proprio a Camerino, in occasione della presentazione dei bandi ministeriali su *Smart Cities and Communities*, che «voi quattro – alludendo alle quattro università marchigiane – siete bravi, ma piccoli» e che servirebbe l'Università delle Marche, sul modello di quella della California.

«Siamo tra gli ultimi in Europa per la spesa nell'istruzione pubblica» (*ibidem*), conclude Grossi, e anche nelle Marche abbiamo a che fare con la disoccupazione e sottoccupazione dei giovani laureati, con la fuga non solo dei *cervelli*, ma anche

delle persone normali, con alti tassi di disoccupazione giovanile e difficoltà nell'inserimento di forze fresche nel mercato del lavoro.

Il quarto punto di condivisione consiste nella volontà di *non spegnere le luci del territorio*, ovvero nel continuare a tenere accesi i riflettori delle politiche territoriali, mentre si sta consumando la riedizione del centralismo nella forma dello Stato minimo sostenibile, tendenzialmente neoliberale. Recentemente Ilvo Diamanti ha evidenziato il «declino dei poteri locali», senza che ad esso corrisponda una nuova autorevolezza dello Stato (Diamanti, 2012). Ciò non può non indurci a una rivisitazione critica del ventennio in cui il territorio, insieme ad altre parole, costituiva uno dei punti di riferimento dell'azione pubblica. I processi di decentramento, devoluzione, federalismo, hanno determinato burocraticismi, aumento della spesa, eccessi particolaristici, ma hanno anche mobilitato energie nuove e sane, che sono state decisive per l'affermarsi dei processi riformatori e della competitività del Sistema Paese. Una visione eccessivamente semplificata, che dimentica e mortifica la realtà profonda dell'Italia, fatta di comunità locali, comunali e provinciali, rischia di produrre guasti non inferiori alla malattia che si vorrebbe curare.

Il quinto punto di condivisione è, a mio avviso, quello di puntare su ciò che sta nascendo o è nato e non su ciò che sta morendo o è già morto. Penso alle medie imprese di qualità, vocate all'*export*, ma anche alle nuove professioni, alle realtà e alle imprese innovative e tecnologiche, nate ad opera di giovani e che i loro padri non avrebbero saputo né pensare, né gestire; ma penso anche ai comportamenti e ai costumi ispirati da un bisogno di autenticità, di consapevolezza e di ricerca di senso in ciò che si fa.

La ricerca del bello e ben fatto, ha sostenuto recentemente il filosofo Remo Bodei, accomuna scienziati, filosofi e artigiani: «La soddisfazione e la gioia del lavoro arduo, ma ben fatto, [...] caratterizzata dal tendere al controllo dei materiali, dal desiderio di svolgere coscientemente il proprio compito e dall'ossessione della qualità è propria dell'artigiano, ma è simile alla condotta dello scienziato o del filosofo che ricerca la verità» (Bodei, 2012). «Tra gli artigiani – prosegue Bodei – raggiungono, talvolta, livelli di eccellenza che annullano i confini con l'arte, come nel caso delle saliere di Benvenuto Cellini o dei violini di Antonio Stradivari» (*ibidem*).

Per questo non possiamo considerare il destino dei ragazzi che studiano all'Accademia di Belle Arti qualcosa di estraneo rispetto al destino delle nostre imprese, che producono e vendono i loro prodotti sui mercati internazionali. Un connubio è possibile, anzi deve esserci, se è vero che le idee vengono prima delle tecnologie e sarebbe un grande progetto quello di chiamare un'intera generazione di laureati a far rivivere e gestire le centinaia di beni culturali recuperati dopo il sisma del 1997 e il più delle volte chiusi e non fruiti.

È su queste basi, sulla condivisione di questi punti che possiamo ripensare il ruolo della cultura e il suo rapporto con lo sviluppo, come d'altra parte ci costringe a fare l'idea del DCE. Cultura come spirito critico, come patrimonio cui attingere nei momenti di crisi, per superarla, come legante e fattore trasversale alle varie attività umane; cultura che aiuta la crescita delle comunità locali e dei territori e che, se inserita nei prodotti e nei processi, spinge l'evoluzione del tessuto produttivo.

vo. Cultura come ingrediente essenziale della *social innovation*, che fa evolvere il sistema manifatturiero verso forme più *smart*, processo, questo, finora troppo lento e bisognoso d'investimenti più coraggiosi e continuativi, come ci ha ricordato spesso Rullani (Rullani, 2011).

Il campo della sfida, quindi, è quello, da un lato, dell'innovazione continua per il sistema produttivo e, dall'altro, della diversificazione dello sviluppo verso ambiti come quello dei beni e delle attività culturali, mentre per quest'ultimo si tratta di aprirsi a nuovi soggetti, energie e apporti, ma anche di contaminarsi di più con le logiche d'impresa e con settori apparentemente distanti.

La grande dotazione culturale del nostro Paese, che non ha eguali nel mondo, e la nostra capacità di esportare cultura, rappresentano qualcosa su cui investire con maggior decisione. Infatti, come ci insegna la Fondazione Symbola nel suo Rapporto 2012, che vede le Marche ai vertici di diverse classifiche settoriali, mettere a fattor comune Pubblica Amministrazione, *no profit*, sistema culturale, imprese culturali e creative, incluse quelle del manifatturiero di qualità che esportano (quelle cioè che – come ha detto Lino Fornari, affermato imprenditore calzaturiero – «hanno investito nell'immateriale, perché quelle che in questi anni hanno comprato macchinari sono tutte fallite»), significa non solo delineare una vera e propria filiera della cultura, ma descrivere una realtà di primo piano e che ha grandi potenzialità, specialmente nella nostra regione.

Dobbiamo, quindi, cominciare a pensare al sistema produttivo culturale come a qualcosa che ha un proprio perimetro, nel quale c'è l'impresa manifatturiera, di cui riconosciamo il valore culturale insito nel prodotto, e c'è l'istituzione culturale più tradizionale, ma disposta a misurarsi con la qualità, le nuove tecnologie, l'innovazione, la managerialità e la sostenibilità economica.

Il DCE racchiude un po' tutto questo, ma soprattutto rappresenta una scelta politica che la Regione Marche fa: è un modo di raccogliere la sfida della modernizzazione territoriale, senza smanie di esaustività e completezza, ma avviando sperimentazioni progettuali che:

- tengano insieme il triangolo economia, cultura e territorio. È bene che ci diciamo che senza imprese non c'è Distretto Culturale Evoluto. Le risorse ad esso destinate non potranno essere la *riserva* cui attingere per conservare il consolidato sistema regionale della cultura, che subisce i tagli, al pari di altri settori;
- tengano accesa la *fiaccola*, non dico della programmazione territoriale, sfida troppo ambiziosa e forse d'altri tempi, ma delle politiche territoriali, intese come agende di sviluppo locale a traino culturale. Non ci pare un'ambizione vana, ma il modo di resistere e reagire a una dinamica che, altrimenti, nel periodo grama che stiamo vivendo, rischia d'impoverire le Marche più di altre regioni, vuoi per la loro storia, vuoi per il loro scarso peso specifico, vuoi per il loro policentrismo troppo accentuato. Ci pare, in altri termini, essenziale continuare una riflessione sull'identità regionale, sulle Marche e sul suo processo di regionalizzazione, sfida intorno alla quale non ci sembra sia tramontata la necessità di costruire e impegnare una classe dirigente diffusa, veramente regionale;
- superino le diseconomie territoriali e aprano nuovi spazi allo sviluppo sostenibile. Pensiamo alle aree di riconversione come il Fabriano e il Piceno, a quel-

le sottoutilizzate o da riequilibrare come il Montefeltro, il Camerte, i Sibillini, a quelle che richiedono nuovo adattamento e innovazione come i distretti tradizionali. Le suggestioni progettuali non mancano: da quelle dei distretti ecosostenibili alla *blue economy*, dalle *Smart Cities and Communities* all'Appennino e il Centro Italia, collegati dalla nuova viabilità in fase di completamento, fino alla macro-regione adriatico-ionica;

- spingano avanti sia il tessuto produttivo manifatturiero, attraverso la contaminazione con idee, progetti e prassi a base culturale, sia il sistema culturale, ancora attestato su un versante troppo tradizionale. Qui i punti di contatto trasversale sono costituiti dall'ICT, dalla *green economy*, dalla *brain economy*. L'obiettivo è un saldo positivo in termini di formazione di talenti e creatività, nuova occupazione, attrazione d'intelligenze e investimenti.

Da questo punto di vista, ci sembrano utili alcune raccomandazioni: la prima è quella di *partire da ciò che c'è, da ciò che è costruito per costruirci sopra*. Essa potrebbe valere per una riflessione laterale al discorso che stiamo facendo, ma necessaria, sullo sfruttamento della superficie agricola utile, che si è ridotta nella nostra regione di ben 214.000 ettari nell'arco degli ultimi quarant'anni, mentre la superficie urbanizzata è passata negli ultimi sessanta anni dall'1,39% al 5,22% del territorio regionale. In entrambi i casi siamo ben oltre la media nazionale.

Ma per quel che riguarda il Distretto Culturale la raccomandazione vuol più semplicemente dire che bisogna partire dalla realtà produttiva che abbiamo e coinvolgerla in una sfida necessaria, perché forse è una delle poche praticabili per dare una prospettiva futura al nostro tessuto imprenditoriale manifatturiero. Potrebbe apparire che stiamo promuovendo un Distretto Culturale poco *Evoluto*, ma pensiamo che occorra fare i conti con la realtà marchigiana, indubbiamente vivace, ma afflitta da alcuni ritardi in particolare sul versante dell'investimento in ricerca e sviluppo, del ricambio nelle fonti di energia, del tasso molto elevato di occupati nel settore manifatturiero e della dimensione atomizzata dell'impresa.

Il secondo suggerimento è quello di *lavorare insieme*, proprio come abbiamo fatto dopo il sisma del 1997, con i Patti territoriali, con l'infrastrutturazione viaria e telematica, come facciamo nell'esperienza preziosa dei Gal (Gruppi di Azione Locale), come dovremo fare di fronte alla sfida digitale, che segna un passaggio epocale, paragonabile a quello dalla scrittura manuale alla stampa a caratteri mobili. Lavorare insieme, quindi, per costituire un *parco progetti* regionale e per fare del 2013 un anno di sperimentazione e di affinamento delle azioni di sviluppo al fine di farle confluire all'interno degli assi della nuova programmazione 2014-2020, la quale sappiamo che si annuncia più competitiva e più attenta alla capacità progettuale autonoma, così da sostanziare i programmi integrati plurifondo a gestione e cofinanziamento regionale (CLD e ITI).

Il terzo suggerimento è la *robustezza*, cioè dare prospettiva e continuità alle sperimentazioni che mettiamo in campo non solo attraverso la leva delle risorse europee, ma anche perché il loro profilo progettuale sia solido e la loro traducibilità e cantierabilità reali, cioè finanziariamente sostenibili. Qui subentra un soggetto fondamentale nel rapporto pubblico-privato che è alla base dell'idea del Distretto Culturale Evoluto: il mondo del credito e il ruolo delle Fondazioni bancarie, che

non dovrebbero distogliersi dal supporto encomiabile e determinante che hanno fornito negli anni alla cultura.

Siamo di fronte a un viaggio *da fare insieme*, quello del *governo della complessità*, dove è fondamentale *prima condividere e poi personalizzare*. Le Marche sono una media regione, come è stato quasi sempre nella loro storia e come è tuttora, anche se guardiamo con occhi tradizionali al nesso cultura e sviluppo. Lo ha riconfermato recentemente uno studio della Banca d'Italia (Beretta, Migliaroli, 2012). Diventano qualcosa d'altro, e molto più interessante, se allarghiamo in modo motivato e circostanziato il concetto di cultura, come sta cercando di fare la Regione anche grazie alla *partnership* con Symbola e Unioncamere (Fondazione Symbola *et al.*, 2012), seguendo la rotta dell'Europa e di ciò che stanno facendo i grandi Paesi-continenti del mondo.

Per vincere questa sfida, che è la sfida del futuro, occorre cooperare. Questo è il senso e la novità: non più *competere, competere, competere*, ma *cooperare per competere*. Sfida ardua per le Marche, ma sicuramente avvincente.

Riferimenti bibliografici

- Baretta E., Migliaroli A., (2012) "Le attività culturali e lo sviluppo economico: un esame a livello territoriale", *Questioni di Economia e Finanza*, n. 126, luglio, Banca d'Italia – Eurosystem, Roma
- Bodei R., (2012) "W la verità imperfetta", *L'Unità*, 17 luglio
- Diamanti I., (2012) "Il declino dei poteri locali", *La Repubblica*, 9 luglio
- Fondazione Symbola, Unioncamere, Regione Marche, (2012) *L'Italia che verrà. Industria culturale, made in Italy e territori*, Rapporto 2012, www.symbola.net
- Grossi R. (a cura di), (2012) *Cultura e Sviluppo. La scelta per salvare l'Italia*, Rapporto Annuale Federculture 2012, 24Ore Cultura srl, Pero, Milano
- Rullani E., (2011) "Made in Italy e nuovo artigianato. Giovani, creatività e talento come risorse per uscire dalla crisi e andare oltre", intervento presso la CCIAA di Macerata, 22 novembre, www.mc.camcom.it

Scheda 1. Il distretto culturale evoluto delle Marche

Il distretto culturale evoluto delle Marche

Un programma regionale di sviluppo del territorio a traino culturale (DGR. N. 1467 del 23/10/2012)

1. Definizione

La Giunta Regionale ha approvato un Programma di sviluppo territoriale a traino culturale in coerenza con il modello del distretto culturale previsto dalla Legge Regionale n. 4/2010 “Norme in materia di beni e attività culturali” destinando alla realizzazione del programma un ammontare di euro 4.400.000,00, a valere sul fondo regionale straordinario per gli interventi prioritari (2011/2012).

Il distretto culturale si qualifica come sistema territoriale di relazioni tra pubblico e privato volto a sviluppare le potenzialità del territorio regionale in ambito culturale, a garantire il governo integrato delle dinamiche del settore e a sostenere programmi di sviluppo locali.

Al concetto di *distretto culturale*, che individua nella cultura e nella conoscenza un fattore di crescita del territorio, si accompagna la definizione di *distretto culturale evoluto* ad indicare la necessità di superare l’orizzonte delle sole politiche di turismo culturale, peraltro auspicabili, con politiche attive di coinvolgimento di imprenditorialità tradizionali, e non, e delle comunità locali.

Il progetto di Distretto Culturale Evoluto delle Marche (DCE Marche) si qualifica come azione strategica nella programmazione regionale con particolare riferimento al Progetto Marche 2020, alla futura programmazione europea per il periodo 2014-2020, all’Accordo di programma Quadro da sottoporre alla Amministrazione nazionale, ad altri eventuali iniziative programmatiche a valere su risorse regionali, nazionali, comunitarie che prevedano il sostegno a iniziative e modelli di sviluppo territoriale a matrice culturale.

2. Obiettivi

L’obiettivo è quello di conseguire entro i primi mesi del 2013 la definizione di un primo parco progetti *cantierabili*.

Nell’ambito del Programma, la Regione Marche promuove progetti di iniziativa regionale e progetti di interesse regionale di scala territoriale sovralocale, provinciale, interprovinciale, interregionale, coerenti con la programmazione regionale e le finalità del DCE Marche per :

- la valorizzazione del talento e dell’impresa culturale e creativa;
- la contaminazione creativa delle imprese tradizionali;
- il sostegno alle filiere per la qualità della vita, l’integrazione, lo sviluppo inclusivo;
- l’attrazione degli investimenti, all’interno delle reti europee ed extraeuropee.

Saranno selezionati non più di tre progetti di interesse regionale di carattere sovralocale, interprovinciale o interregionale per ogni ambito provinciale.

Saranno cofinanziati i progetti coerenti con gli obiettivi di legislatura, i docu-

menti programmatici e le linee guida espresse dal previsto tavolo regionale e con i seguenti requisiti:

- rilevanza tematica
- intersettorialità, interdisciplinarietà, innovazione;
- concorso finanziario dei soggetti proponenti non inferiore al 60%;
- movimentazione finanziaria non inferiore a 500.000 Euro;
- compresenza di componente pubblica e privata nel partenariato e di una pluralità di soggetti (parametri da quantificare in sede di avviso);
- attestazione delle condizioni di fattibilità e sostenibilità finanziaria delle proposte;
- presenza di indicatori oggettivamente misurabili in merito alle ricadute del progetto sul territorio;
- presenza di business plan.

3. Modalità

La Regione svolge funzioni di indirizzo, coordinamento e programmazione del Distretto Culturale delle Marche, istituendo un Tavolo regionale di indirizzo e coordinamento per lo sviluppo a base culturale presieduto dall'Assessore alla Cultura, al quale partecipano rappresentanti delle Province, Comuni, Comunità Montane, del sistema camerale, delle associazioni di categoria più rappresentative del sistema economico regionale, del sistema universitario. Al Tavolo sono invitati gli Assessori regionali competenti per le materie investite dai progetti.

Il Tavolo regionale di indirizzo e coordinamento individua i progetti di iniziativa regionale e valuta progetti di interesse regionale acquisiti mediante avviso pubblico.

I progetti approvati dalla Giunta Regionale verranno realizzati mediante la sottoscrizione di un accordo di partenariato che costituirà atto di adesione al distretto di cui all'art. 21, comma 3 della L.R. 4/2010.

La Regione istituisce un fondo rotativo di anticipazione per sostenere le spese tecniche di progettazione territoriale per lo sviluppo a traino culturale.

Il contesto locale

IL CINEMA DELLE REGIONI. CONFRONTO TRA LE FILM COMMISSION DI MARCHE, PIEMONTE E PUGLIA

di Valerio Cuccaroni

Abstract

The Italian Film Commissions were born in the early 2000 based on the American model. Shortly after, in some cases they became highly professionalized, well organized and deeply rooted in their local areas, and with appropriate resources, as the Apulia Film Commission and the Film Commission Torino-Piemonte. Following seven years of actual inaction, since 2008, the Marche Film Commission finances short films, feature films, docufictions and fictions, thus attracting human and economic resources in the region. However, in comparison to the Apulia Film Commission and the Film Commission Torino-Piemonte, it does not have sufficient economic and human resources to fulfil its needs. So it is necessary to increase both of them in order to boost the productivity of the territory, draw new human and financial capital, create new direct and driven employment and develop territorial marketing campaigns, with an effective impact on tourism. At national level there is lack of a clear distribution of regional responsibilities and especially of an institutional control centre to develop the potential of such structures to their highest potential in terms of economic upturn and image for the whole area.

Introduzione

Nate nei primi anni Duemila sul modello di quelle americane, in poco tempo le film commission italiane sono diventate in alcuni casi strutture ben professionalizzate, ben organizzate ed incardinate nel territorio, con risorse adeguate, come l'Apulia Film Commission e la Film Commission Torino-Piemonte. La Marche Film Commission, dopo sette anni di sostanziale inattività, dal 2008 finanzia cortometraggi, lungometraggi, docufiction e fiction, attraendo risorse umane ed economiche nel territorio. Rispetto alle film commission pugliese e piemontese non ha tuttavia risorse umane ed economiche proporzionalmente adeguate. Si ravvisa dunque la necessità di incrementare entrambe per aumentare la produttività dell'area; attrarre nuovo capitale umano e finanziario; creare nuova occupazione diretta o indotta; sviluppare campagne di marketing territoriale, con ricadute sui flussi turistici. A livello nazionale si segnala l'assenza di una chiara ripartizione delle competenze regionali e, soprattutto, di una cabina di regia istituzionale che consenta di

sviluppare al massimo il potenziale di queste strutture in termini di ritorno economico e di immagine per tutto il territorio.

1. Origini e sviluppi

La prima film commission (commissione cinematografica) fu fondata negli Stati Uniti nei tardi anni Quaranta del Novecento, in risposta alla necessità delle società di produzione cinematografica di avere un collegamento con il governo locale, che potesse coordinare i servizi e le principali strutture per la realizzazione di una produzione *on-location*. Man mano che le case di produzione statunitensi allargavano i loro orizzonti e cercavano *location* in nuove zone degli U.S.A. avvertirono la necessità sempre più impellente di offrire un centro di riferimento per il coordinamento della produzione (McDonald, Wasko, 2008).

Nel 1975 venne creata la Association of Film Commissioners International (AFCI), una organizzazione *non-profit* che inizialmente raccoglieva solo un piccolo gruppo di film commission, che volevano scambiarsi informazioni ed esperienze per attrarre e sviluppare produzioni di film e serie televisive nel territorio. Da allora l'AFCI si è considerevolmente sviluppata: attualmente coordina trecento film commission in trenta Paesi diversi (<http://www.afci.org/about-afci/history>).

1.1 Le film commission italiane

Sul modello dell'AFCI, in Italia è sorta l'associazione Italian Film Commissions (IFC) che attualmente raduna diciotto film commission presenti nel nostro Paese, tra cui le tre maggiormente considerate in questo studio: Marche Film Commission (MFC), Apulia Film Commission (AFC) e Film Commission Torino Piemonte (FCTP).

Le film commission italiane sono nate a partire dal 2001, con decenni di ritardo, quindi, rispetto alle progenitrici statunitensi, a seguito della riforma costituzionale del 2001 (Legge costituzionale 3/2001, "Modifiche al titolo V della parte seconda della Costituzione"). Fino ad allora, indirizzare e regolamentare la materia cinematografica era di esclusiva pertinenza dello Stato, mentre la riforma ha trasformato il cinema, inteso come cultura e spettacolo, in materia di competenza concorrente: i principi li emana lo Stato, mentre la legislazione specifica e la regolamentazione fanno capo alle Regioni, anche se non viene determinata con esattezza l'area di competenza di queste ultime.

Le prime film commission italiane, tra cui quella marchigiana, nascono dunque dal recepimento della riforma federalista. Il loro obiettivo primario è quello di sostenere e attrarre produzioni audiovisive in un determinato territorio. Esse operano prevalentemente attraverso la fornitura di servizi: organizzativi (analisi della sceneggiatura, ricerca delle *location* adeguate, ecc.), finanziari (incentivi che riducano i costi di produzione dell'opera audiovisiva), promozionali (realizzazione di anteprime sul territorio, festival e altre iniziative).

¹ In realtà, la prima struttura è sorta nel 1997: si trattava della Emilia Romagna Film Commission.

Il ritardo nella partenza è stato compensato da una grande ripresa: in circa un quindicennio sono sorte oltre cinquanta strutture lungo tutto lo stivale, oggi ridotte a circa quaranta.

Una prima inedita ricerca sulle film commission italiane, condotta da Elena d'Alessandri, responsabile di ricerca IsICult e coordinatrice dell'Osservatorio nazionale Film Commission e Film Fund, ha confermato una grande varietà e frammentarietà del settore: varietà di esperienze, frammentarietà di risorse (D'Alessandri, 2012).

Per quanto riguarda la dimensione, intesa sia in termini di organico sia di budget complessivo disponibile, si passa da realtà estremamente locali e artigianali, «supportate soltanto dall'entusiasmo dei propri promotori, che dispongono di risorse appena sufficienti a coprire le spese di gestione», a realtà regionali, «altamente professionalizzate, ben organizzate ed incardinate sul territorio, che dispongono di risorse adeguate a sviluppare strutture di buon livello, come è il caso dell'Apulia Film Commission o della Film Commission Torino-Piemonte o di quella della Regione Toscana» (*ibidem*). Attualmente, il budget complessivo delle film commission italiane, inclusi i fondi, viene stimato nell'ordine di 35 milioni di Euro.

1.2 Marche Film Commission

La Marche Film Commission nasce nel 2001 con delibera regionale che la inquadra come struttura di servizio. Dopo sette anni di sostanziale inattività, nel 2008 viene dotata di competenze specifiche che la mettono in movimento, seppure con risorse molto limitate (110.000 Euro complessivi dal 2008 al 2011), le quali tuttavia permettono di finanziare i primi cortometraggi, lungometraggi, docufiction e fiction.

2. Valutazione e comparazione

2.1 Criteri di valutazione: il caso della Marche Film Commission

Per valutare l'efficienza e l'efficacia di una film commission il budget a disposizione va confrontato con i progetti ricevuti e finanziati, con i premi ottenuti da questi ultimi, ma soprattutto con la ricaduta economica dei sostegni erogati (calcolata sulla base delle fatture emesse dalla Produzione) sul territorio, ovvero con la loro capacità di produrre lavoro in loco.

Da una rapida analisi delle produzioni sostenute dalla MFC nel quadriennio 2008-2011 risultano emblematici i casi dei film *Il compleanno* e *L'eredità*.

Il compleanno (2009) di Marco Filiberti, a fronte di un finanziamento di 10.000 Euro, servizi di coordinamento istituzionale, service e logistica, garantiti dalla MFC nel 2009-2010, ha prodotto, stando ai calcoli della stessa (Olivucci, 2011), un impatto economico sul territorio, tra strutture ricettive, maestranze e altre attività coinvolte, di 125.000 Euro.

L'eredità (2012) di Michele Zampino, a fronte di un sostegno economico di 40.000 Euro, servizi di coordinamento istituzionale, *location scouting*, service e

logistica, garantiti dalla MFC, ha prodotto, secondo i calcoli della stessa (*ibidem*), un impatto di 130.000 Euro.

Anche quando la ricaduta economica è esigua, a volte l'opera sostenuta ha una ingente ricaduta indiretta sul territorio, in termini di immagine, come nel caso del documentario *Dante Ferretti. Product designer* (2010) di Gianfranco Ciagni. Il film ha prodotto un impatto diretto di 5.000 Euro, a fronte di un sostegno economico di 10.000 Euro, erogazione di servizi e coordinamento istituzionale, garantiti dalla MFC, ma, essendo ispirato alla vita e all'opera del più volte Premio Oscar Dante Ferretti, ha fatto il giro del mondo, promuovendo il territorio marchigiano.

In termini tecnici, quest'ultimo tipo di ricaduta indiretta appartiene alla strategia del *location placement*, che si è recentemente sviluppata, passando da una generica promozione cineturistica del territorio alla stimolazione di un significativo riposizionamento, «non solo come brand comunicativo, ma come nuova forma di “estetica-produttiva”» (Olivucci, 2012). Questo perché rispetto alle prime forme meramente funzionali di *location placement*, pare che «sia maturato progressivamente in questi anni un rapporto più profondo, proficuo e reciproco tra esigenze artistico-produttive e esigenze amministrative» (*ibidem*).

Nel 2012 la MFC confluisce nella nuova Fondazione Marche Cinema Multimedia (FMCM), ma, per quanto la dotazione a disposizione sia aumentata, passando a circa 150.000 Euro annui (50.000 Euro per il sostegno alla produzione regionale e 100.000 Euro per il sostegno alle produzioni nazionali), la FMCM patisce ancora notevoli *gap*.

2.2 Comparazione con Apulia Film Commission e Film Commission Torino Piemonte

Per evidenziare meglio i limiti della FMCM, quanto alle sue funzioni di film commission, proponiamo un confronto con la Apulia Film Commission (AFC) e la Film Commission Torino Piemonte (FCTP). Da un confronto, effettuato a titolo di esempio, esemplificato nella Tabella 1 e motivato dal ruolo dirigenziale che le tre film commission ricoprono nel direttivo dell'IFC2, si nota la sproporzione in termini di dotazione, che non rispecchia né le differenze demografiche (rapporto 1 a 3 tra le Marche e le altre due regioni), né quelle economiche (il Pil delle Marche è metà di quello della Puglia e un terzo di quello piemontese): stando ai dati 2009-2012 forniti dalla AFC, a fronte del 270.000 Euro a disposizione della MCM, l'AFC ha beneficiato di 2.000.000 di Euro e la FCPT di ben 3.500.000 Euro. Questo significa che MCM può contare su un settimo delle risorse a disposizione dell'AFC e un tredicesimo di quelle della FCPT.

² Presidente dell'IFC è Silvio Maselli, direttore dell'AFC; vice-presidenti sono Anna Olivucci, responsabile della MFC all'interno della FMCM, e Davide Bracco, direttore della FCTP.

	Marche FC	Apulia FC	FC Torino Piemonte
Natura Giuridica	Fondazione	Fondazione	Fondazione
Adesione ad enti	/	Eufcn, Cineregio, Copeam, Afc	Eufcn, Afc
Struttura aziendale			
CdA	si	si	si
membri	5	5	5
indennità	no	no	no
nomine	Soci: Presidente CdA: Direttore	Ass. dei Soci: Presidente e CdA. Cda: Direttore	CdA: Direttore, Presidente e Vice Pres.
Dotazione	270.000	2.000.000	3.500.000
Numero Soci	3	25	2
Quota	250.000 Regione, 10.000 Comune; 10.000 provincia	0,15€/ 0,20€ per abitante	no quota fissa.
Gestione Bilancio		online	CCIAA
Fondo			
Fondo di sostegno	si	si	si
Tipologia Fondo	grant	grant	grant; fondo investimento
Ammontare del fondo		2.170.000	250.000
Tranche		3	2/3
Quote maestranze locali		35% lunghi; 50% doc. e corti	
Numero minimo giorni riprese		3 sett. lunghi; 2 sett. doc.; 4gg. Corti; 2gg. Videoclip.	
% Investimento sul territorio		200%; 300% film animazione	120%
Attività			
% Tipologie filmiche	12% lunghi, 50% doc.; 22% corto; 16% serie tv	37% lunghi; 40% doc.; 11% corti; 6% serie tv; 6% altro.	20% lunghi; 25%pubb.; 40%doc.; 10% corti; 5% serie tv
Produzioni straniere	si	si	si
Attività collaterali	si	si	si
Cineporto	no	si	si
Bandi comunitari	no	si	si
Servizi	si	si	si
quali			
Risorse Umane			
Dipendenti t. indeterminato	3	5	10
Collaboratori	4	35	2
Contratti	consulenti, cocopro	cocopro	cocopro
Uomini	2	15	5
Donne	5	25	5
Età media	45/55	25/35	25/35
Modalità assunzioni	chiamata diretta, comandi	avviso pubblico	chiamata diretta
Promozione e Comunicazione			
Portale	si	si	si
Newsletter	no	si	no
Social network	no	si	
Ufficio stampa	no	si	si
Production guide	si	si	si

Fonte: *Dati Apulia Film Commission*, licenza Creative Commons CC BY SA

Inoltre, MCM non partecipa a bandi europei, non potendo contare su una figura professionale predisposta a questa fondamentale funzione, e non ha un ufficio stampa dedicato, come a dire che una delle funzioni fondamentali – la promozione – è demandata alla buona volontà dei dipendenti, i quali, per di più, hanno un'età media avanzata (45-55 anni), rispetto ai loro colleghi pugliesi e torinesi (25-35 anni).

Pur con questi handicap, a cui si deve aggiungere l'assenza di un cineporto, dove riunire uffici per il personale interno e per le produzioni esterne, tuttavia, nel 2011 la MCM ha potuto garantire 18 produzioni, rispetto alle 51 assicurate dalla

FCPT. Segno che c'è una domanda di assistenza da parte di produzioni locali e nazionali, che si può e si deve soddisfare.

Conclusioni

A livello nazionale, l'assenza di una chiara ripartizione delle competenze regionali e, soprattutto, di una cabina di regia istituzionale, non consente di ricondurre a unità l'operato delle diverse film commission sparse sul territorio, né tantomeno di stimolare un'azione sinergica, anche ai fini di una più adeguata promozione coordinata in ambito internazionale. Un esempio di *best practice* è presente, in questo senso, a livello locale, in Lombardia, laddove una sorta di network unisce la film commission regionale ad alcune piccole strutture presenti sul territorio (D'Alessandri, 2011). Ciò permette di incrementare l'indotto per l'intero comparto regionale.

Cerca di sopperire a tale mancanza di riferimenti istituzionali la IFC, che segnala tuttavia, fra gli aspetti critici che si trovano ad affrontare le film commission italiane, una persistente disattenzione, se non delegittimazione da parte delle amministrazioni del territorio nei confronti del loro potenziale.

Dato il potenziale di sviluppo, in termini di cultura, turismo, attività produttive, valorizzazione del territorio, insito nel buon funzionamento delle film commission, che fanno considerare i capitali investiti nel settore non un intervento a fondo perduto ma un investimento fruttuoso, le amministrazioni locali dovrebbero attuare le politiche necessarie a:

- aumentare la produttività dell'area;
- attrarre nuovo capitale umano e finanziario;
- creare nuova occupazione diretta o indotta;
- sviluppare campagne di marketing territoriale, con ricadute sui flussi turistici.

Se tutto ciò vale per il contesto nazionale, i dati dimostrano che è ancora più vero per la realtà marchigiana, che rispetto ai modelli virtuosi delle film commission piemontese e pugliese patisce un profondo *gap* in termini di strutture, risorse finanziarie e umane.

All'incremento di fondi, registrato negli ultimi anni, dovrà quindi seguire un potenziamento della struttura, nell'ambito del nuovo ente FMCM.

Riferimenti bibliografici

- Zambardino B., D'Urso F. (a cura di), (2011) *Fondi regionali per il cinema e l'audiovisivo*, Anica, <http://www.anica.it/online/index.php/fondiregionali.html>
- D'Alessandri E., (2012) "Le produzioni e il territorio", *Millecanali*, n. 421, aprile, Gruppo Il Sole 24Ore, Milano
- Istituto di Economia dei Media (IEM) della Fondazione Rosselli, (2011) *Il sostegno alla filiera audiovisiva in Puglia: per una analisi di impatto di Apulia Film Fund (2007-2010)*, www.fondazionerosselli.it
- McDonald P., Wasko J., (2008) *The Contemporary Hollywood Film Industry*, Blackwell Pub., Malden, p. 55

- Olivucci A., (2011) *Report attività Marche Film Commission 2011*, documento interno del servizio regionale Marche Film Commission
- Olivucci A., (2012) “Una lupa distratta e 20 gemelli affamati. Film Commission tra Stato centrale e politiche regionali di settore ”, intervento al PRIN, organizzato dal Dipartimento di Comunicazione e Spettacolo dell'Università Roma Tre, 8 giugno
- Pasetti A.M., (2012) *Punizione esemplare: chiuso l'ente che ha contribuito al film su Eluana*, *Il Fatto Quotidiano*, 3 luglio

EDITORIA INVISIBILE:
UN'INCHIESTA SUI LAVORATORI PRECARI DELL'EDITORIA

di Daniele Dieci e Carlo Fontani

Abstract

The conditions and the quality of publishing works are fields of analysis that have not been deepened enough to date. The “Editoria Invisibile” study, which is still a work in progress, aims at filling this research gap by intercepting more than a thousand workers in the publishing world. The online survey was distributed on over 98 Italian provinces returning a large and complex workers’ universe. The first evidence is the strong imbalance between the number of male and female workers, strongly oriented to the female pole. The interviewed sample looks concentrated in central age cohorts and reports a significant level of professional figures with a high medium qualification (one case out of three is a postgraduate master and PhD). The study, nearing completion, is already able to show the fragmentation that characterizes the sector of the book industry, both from the bargaining point of view and the remunerative point of view. However, a strong feeling of identity emerges from the study: many people asking for better contracts, protections, recognitions appear to desire the birth of a representative and organizing network of publishing workers.

1. Il quadro di riferimento

Le condizioni e la qualità del lavoro nel settore dell’editoria risultano essere, ad oggi, ambiti di analisi ancora poco approfonditi. L’industria del libro, che per sua stessa natura si sviluppa attraverso un ciclo produttivo altamente diversificato e variegato al suo interno, coinvolge una platea di lavoratori e lavoratrici che operano in differenti regimi contrattuali ed occupazionali. Attraverso la consulenza di una rete nazionale di lavoratori precari del settore dell’editoria e l’appoggio sindacale della Cgil, l’Ires Emilia-Romagna ha deciso di intraprendere un percorso di ricerca, intitolato “Editoria Invisibile”, che vada proprio ad esplorare questo universo lavorativo, con particolare attenzione rivolta alle condizioni di vita e lavoro della componente precaria dei lavoratori.

Secondo gli elementi forniti dall’ultimo report statistico dell’Istat (maggio 2012) dedicato alla produzione di libri in Italia per il biennio 2010-2011, le case editrici e gli altri enti dediti alla pubblicazione di opere librarie sono, in Italia, 2.699. La demografia d’impresa del settore editoriale fa registrare per il quarto anno consecutivo un saldo negativo; a questo bisogna aggiungere che «il 26,2%

degli editori rispondenti (2.232, pari al 82,7% del totale), pur non avendo cessato l'attività, ha dichiarato di non aver pubblicato alcun libro nell'anno di riferimento» (Istat, 2012, p. 2). Di questo universo, i piccoli e medi editori, cioè quelli che pubblicano non più di 50 titoli all'anno, rappresentano quasi l'87,1% del numero complessivo di editori attivi. I grandi editori, nonostante costituiscano la quota minoritaria, coprono ben sopra i tre quarti della produzione dei libri proposti ai lettori. Estendendo lo sguardo ad un quadro congiunturale più ampio, si segnala come il mercato del libro faccia registrare un deciso peggioramento, in linea con tutti gli altri segmenti produttivi ed economici italiani. Il giro d'affari legato al mercato librario fa segnare, nel 2011, -3,7% su base annua, -8,7% se si considerano i primi nove mesi dell'anno corrente (Peresson, 2012). A fronte di un calo tanto sensibile, la produzione di libri e di multimedia inerenti al settore editoriale aumenta e diversifica la propria offerta, sia per quanto concerne la quantità di titoli, sia per il numero di copie immesse sul mercato. Se, dunque, il segmento economico dell'editoria appare ampiamente monitorato, non sembra esistere uno sforzo scientifico paragonabile volto ad indagare la qualità del lavoro nel settore dell'editoria¹, soprattutto a fronte del ricorso frequente, da parte delle imprese, all'utilizzo di forme precarie di collaborazioni lavorative.

L'inchiesta "Editoria Invisibile" ha voluto quindi insistere su questo apparente vuoto di ricerca per indagare il fenomeno del lavoro precario, frammentato e ancora poco conosciuto, e ragionare, attraverso il coinvolgimento dei lavoratori, attorno alla domanda di riconoscimento e di autocoscienza degli stessi intervistati. L'indagine rispetta l'approccio italiano al concetto di qualità del lavoro, sviluppato in un'ottica multidimensionale, vale a dire che tenga conto di differenti punti di osservazione (le dimensioni del lavoro, appunto) «non necessariamente collocabili in una logica consequenziale o di priorità» (Dazzi *et al.*, 2012). Seguendo questo peculiare approccio è stata realizzata la struttura del questionario: quest'ultimo, ponendosi come obiettivo quello di esplorare una realtà lavorativa così eterogenea e frammentata come quella del settore dell'editoria, è organizzato in una successione di aree tematiche, corrispondenti ciascuna ad una componente delle condizioni di lavoro. Partendo da una contestualizzazione anagrafica, il questionario interroga il compilatore sulla condizione contrattuale e le mansioni lavorative svolte, sui tempi e sui carichi, sull'autonomia del lavoro, sulle forme di riconoscimento (soprattutto economiche, con particolare interesse verso la ricostruzione di un *tariffario* di riferimento) e sulla formazione, sull'identificazione di prospettive lavorative, sul coinvolgimento personale nello svolgimento del proprio lavoro e sulle relazioni sociali instaurate in ambito lavorativo. Nell'ottica di un percorso di ricerca incentrato sulla percezione testimoniata dal lavoratore in merito alla personale esperienza lavorativa, il questionario, attraverso una domanda aperta² raccoglie quegli elementi della biografia dell'intervistato o quelle ulteriori sollecitazioni

¹ Precursore, in questo campo è il lavoro svolto dall'Ires Lombardia sull'introduzione di nuove forme di lavoro nel settore editoriale (Semenza, 1998).

² Domanda 55: «Vuoi aggiungere qualcosa sulla tua esperienza lavorativa che non sia già emerso dalla compilazione delle domande?»

ed osservazioni che non avevano trovato spazio nel corso della compilazione del testo somministrato.

2. I lavoratori dell'editoria

L'inchiesta "Editoria Invisibile", cominciata nel giugno 2012 e conclusasi lo scorso ottobre, attraverso l'utilizzo di un questionario online articolato in 54 quesiti ha intercettato nel complesso più di mille lavoratori del mondo dell'editoria, risultato assolutamente di rilievo pur nella consapevolezza di aver scoperto solo la punta dell'iceberg di un universo molto più consistente, sia per numerosità che per complessità. I risultati riportati in questa sede, pur costituendo un'anteprima di quelli che verranno restituiti in modo più esaustivo e strutturato nel report che Ires Emilia-Romagna produrrà nei primi mesi del 2013, restituiscono in modo chiaro uno spaccato del mondo del lavoro complesso, dove tematiche come precarietà, bisogno di riconoscimento, disagio, frustrazione, necessità di sentirsi rappresentati emergono in modo evidente.

L'inchiesta nel suo complesso ha raccolto nei cinque mesi di rilevazione l'esperienza di lavoratori provenienti da 98 province distribuiti sull'intero territorio nazionale, con particolare partecipazione di alcune realtà come quella milanese, quella romana, quella bolognese e quella torinese. Una prima disamina dei dati ha messo in luce fin dall'inizio della rilevazione il forte sbilanciamento dei lavoratori dell'editoria riguardo la componente femminile, che da sola costituisce i tre quarti dei rispondenti. Si tratta di figure professionali concentrate nelle coorti d'età centrali, munite di titoli di studio mediamente elevati e che in un caso su tre dispongono di formazione di alto livello post-laurea (master e dottorato di ricerca).

Dalla lettura preliminare dei dati emerge in modo evidente la radicata cultura del lavoro precario che caratterizza il mondo dell'editoria. Nove rispondenti su dieci dichiarano di lavorare con forme contrattuali non-standard³, forme contrattuali, queste, all'interno delle quali, tra l'altro, si annida l'uso spregiudicato, come forma compensativa, della cessione del diritto d'autore. L'utilizzo di questa modalità di compenso, seppur solo introdotto in questa sede, fornisce già elementi sostanziali di riflessione sulle logiche, spesso poco *logiche*, di compenso a cui i lavoratori dell'editoria, ma più in generale tutti i lavoratori del mondo precario troppo spesso si vedono costretti a sottostare; all'interno di questo scenario elementi come giusta regolamentazione del rapporto di lavoro e adeguata retribuzione (forfettaria nella stragrande maggioranza di chi è remunerato attraverso la cessione del diritto d'autore) risultano nella maggior parte dei casi difficilmente contrattabili. A rafforzare questa ipotesi di lettura dei dati appena evidenziata è la testimonianza dei lavoratori a partita IVA che solo in tre casi su dieci dichiarano di disporre di una regolare lettera di incarico; è ancora più grave la testimonianza di coloro (22% del campione) che dichiarano di aver dovuto accettare di lavorare in nero negli ultimi due anni di esperienza lavorativa nel campo dell'editoria. Ad aggravare lo scenario

³ Si fa riferimento alla classificazione delle tipologie lavorative come riportate da *Rapporto annuale Istat*, che distingue gli occupati in standard (a tempo pieno e con durata non predeterminata), parzialmente standard (a tempo parziale e durata non predeterminata) e atipici (con lavoro a termine).

appena descritto si aggiunge la restituzione da parte degli inter-vistati dell'immagine di un lavoro che, seppur scelto sulla scia di forti motivazioni personali, che di fatto non dà certezze, sotto tanti punti di vista, sia nel contingente ma anche in termini di aspettative future; meno della metà dichiara di lavorare con continuità e in molti casi di dover accompagnare a quello nell'editoria un secondo lavoro.

Le esperienze raccontate dall'inchiesta descrivono, inoltre, un lavoro caratterizzato da ritmi di lavoro serrati, accompagnati dalla presenza di intensi picchi lavorativi che conducono spesso al superamento della soglia convenzionale delle 40 ore lavorative. In questi casi dedicare il tempo privato ad altro, compresa la formazione personale, diventa di conseguenza impossibile. Già da questa prima disamina appare chiara la complessa realtà all'interno della quale l'inchiesta tenta di fare un po' di chiarezza: un mondo dove le aree di interesse, le mansioni e le competenze più variegata si intrecciano in un dedalo di singole realtà dalle molteplici sfaccettature.

La filiera del lavoro editoriale inteso, in senso lato, come l'insieme articolato che comprende le principali attività (ed i loro principali flussi materiali e informativi), le competenze, le risorse e le organizzazioni che concorrono alla creazione, trasformazione, distribuzione, commercializzazione e fornitura di un prodotto editoriale, diventa pertanto un terreno dove la necessità di riconoscimento personale, monetario e contrattuale diventa stringente.

In tal senso concetti come tutela, contratto, aspettative e riconoscimento, che ricorrono di frequente nelle dichiarazioni dei lavoratori intercettati dalla ricerca, diventano l'espressione di un crescente sentimento identitario, che alimenta sempre più la necessità di fare rete e di costruire processi di organizzazione e rappresentanza concreti.

Riferimenti bibliografici

- Dazzi D. *et al.*, (2012) *Le condizioni di vita e lavoro in provincia di Bologna*, Materiali Ires Emilia-Romagna
- Istat, (2012) *La produzione e la lettura di libri in Italia*, Report – statistiche
- Peresson G. (a cura di), (2012), *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2012. Un consolidato del 2011 e primi elementi sul 2012*, AIE/Ediser
- Semenza R., (1998) "Nuove forme di lavoro nel settore editoriale tra subordinazione e autonomia", *Ires Lombardia*, collana ricerche, 45

Commenti

Il settore dello spettacolo dal vivo non poteva, come era immaginabile, non essere coinvolto da una crisi, che dura da troppi anni, e dai continui tagli alle autonomie locali, soprattutto in una regione che riceve ben poco dai finanziamenti nazionali (FUS) rispetto agli eventi prodotti.

Tuttavia le scelte fino a questo momento effettuate hanno visto una discrasia con le dichiarazioni di sostegno al settore, ritenuto, a ragione, strategico rispetto a una nuova concezione di sviluppo che fa della valorizzazione del territorio, della difesa dell'ambiente, del paesaggio e, quindi, del turismo e della *green economy*, le nuove direttrici su cui posizionare gli stessi provvedimenti.

Grande preoccupazione desta in particolare la situazione nella città di Ancona, dove il rischio di perdere una realtà importante come il Teatro Stabile delle Marche, un'eccellenza e una ricchezza per tutta la regione, diventa ogni giorno più probabile, in mancanza di interventi. Non ha certo aiutato in questi anni la disputa, tutta strumentale, tra prosa e lirica, di cui si sono resi protagonisti alcuni attori politici – disputa funzionale solo a giustificare l'ignavia.

È evidente che è dalla difesa della stabilità per la prosa e della produzione lirica del Teatro delle Muse, il più grande delle Marche, che si conserva il profilo identitario della città capoluogo, che ricordo ha iniziato a definirsi negli anni Duemila, con l'apertura del teatro dopo sessant'anni e il riconoscimento, da parte del Ministero, della stabilità per la produzione di prosa. Ma è soprattutto sulla tenuta occupazionale che si registra una grande incertezza e in alcuni casi già si manifestano arretramenti significativi.

Il lavoro nel settore culturale è sempre stato in gran parte precario e stagionale, legato agli eventi: contratti a tempo determinato, contratti di scrittura e partite IVA sono state le tipologie contrattuali più frequenti, senza dimenticare che il lavoro nero e grigio ha continuato a coesistere con il lavoro regolare. Oggi, le minori risorse destinate allo spettacolo dal vivo, l'incertezza per il futuro e le nuove regole della Legge Fornero fanno emergere due nuove tendenze: da un lato, l'ulteriore precarizzazione, con il lavoro a chiamata anche per coloro che hanno sempre avuta disciplinata la prestazione con il contratto a termine, sia tecnici che artisti; dall'altro, l'esternalizzazione dell'attività di allestimento del palcoscenico, attraverso l'affidamento a cooperative.

Alla riduzione delle giornate di lavoro, poiché si tagliano gli spettacoli, si somma l'ulteriore precarizzazione che aggrava le condizioni di reddito già ampiamente compromesse da contratti collettivi scaduti da più anni e non rinnovati.

Il governo *tecnico*, che poteva rappresentare una novità sulle politiche culturali, ha segnato invece una rumorosa assenza, non intervenendo in alcun modo sugli

squilibri fra territori nell'assegnazione delle risorse e, in particolare, nella ridefinizione di nuovi criteri circa la distribuzione del FUS; l'unico intervento ha riguardato l'estensione degli ammortizzatori sociali a tutte le figure di lavoro dipendente nel settore dello spettacolo, anche se per un periodo ridotto, alle quali erano stati negati negli anni precedenti. Tuttavia, in conseguenza delle modifiche previste dalla riforma del mercato del lavoro sui contratti a termine, si vanificherà l'unico aspetto positivo per questi lavoratori.

È perciò urgente un intervento più complessivo che, per quanto riguarda il lavoro, ricomprenda la particolarità del settore, modificando alcune norme legislative, e, a livello regionale, regoli la pratica degli appalti, impedendo le gare al massimo ribasso, che mettono a rischio i diritti minimi di sicurezza, e promuova, con risorse aggiuntive, il lavoro regolare rispettoso dei contratti collettivi, impedendo che la competizione fra i soggetti avvenga sul costo del lavoro.

Vilma Bontempo

Commenti

Questo numero di *Prisma* ha il merito di rilanciare il dibattito sulla cultura intesa come motore di sviluppo, mettendone in luce la complessità, le contraddizioni, gli aspetti strumentali, ma anche le tante possibili strade aperte.

Giustamente posto in evidenza nella sezione dedicata al contesto locale, emerge lo sforzo considerevole che la Regione Marche sta facendo, non solo per trovare soluzioni durevoli a una questione molto articolata che permea una molteplicità di aspetti economici e sociali, ma anche per innescare processi nuovi che trainino positivamente l'intero territorio.

La legittimazione della cultura come fattore di crescita è uno dei successi della nuova politica culturale regionale. L'enfasi che viene posta sul binomio cultura/sviluppo sostenibile, così come la ricerca di nuove parole chiave per definire un cambiamento di rotta rispetto al più semplice sistema della reiterazione dei contributi storici, messi peraltro in seria difficoltà dalla crisi economica, sono sicuramente elementi che aiutano a ridisegnare l'intera struttura della produzione artistica e culturale marchigiana.

Dagli articoli proposti emergono i molti elementi di vantaggio delle Marche della cultura in termini di risorse culturali di base ma anche di imprese, addetti e potenziale economico.

Ora, il problema, come viene evidenziato anche in questo numero, è piuttosto quello di fare dei concreti passi avanti in grado di risolvere le emergenze di un sistema di imprese culturali, pubbliche e private, già fortemente provate dalla contingenza economica negativa. Perché il nodo è forse questo: non si dà produzione culturale di alto profilo senza imprese solide, in grado di garantire continuità al lavoro e sviluppo all'insieme di prodotti/servizi offerti. Si apre un tema molto ampio, che varrebbe la pena di approfondire in prossimi appuntamenti editoriali ma anche pubblici.

Inoltre, in ambito culturale ci si imbatte, più che altrove, in problemi di definizione terminologica: cosa intendiamo per *settore culturale* e, soprattutto, a cosa ci riferiamo quando parliamo di *qualità* dei prodotti della cultura? Cosa vuol dire, infine, lavorare per la *sostenibilità* delle imprese culturali? Quali sono i modelli di impresa più efficaci per garantire la creazione di *valore aggiunto* non solo economico ma anche sociale? Come si raggiunge un sufficiente grado di autonomia delle imprese dal finanziamento pubblico? Infine, cosa significa *produrre* cultura?

Conciliare le ragioni dell'economia con quelle della qualità del prodotto culturale è una questione delicata e complessa. Innanzitutto, varrebbe la pena di entrare nel merito delle caratteristiche del *prodotto* per concordare sulle modalità di valutazione. In questo ambito esistono parametri condivisi dagli esperti di settore,

che vanno dalle abilità tecniche agli elementi di interesse tematico, ma le strade divergono e si confondono quando entrano in gioco riferimenti estetici e culturali varie-gati. Per cui l'unico vero pilastro a cui riferirci sono le *strategie di politica culturale a lungo termine*, che devono essere messe in atto dagli Enti preposti all'erogazione delle quote di sostegno pubblico.

Un sistema che punta sull'innovazione e sull'integrazione tra i diversi comparti non può che porre l'accento sulle metodologie produttive e sul ciclo formazione/reclutamento/selezione del personale artistico. Metodi di produzione artistica innovativi e integrati si riverberano sul prodotto, determinandone la sua qualità e la potenziale competitività sui mercati globali della cultura. Si tratta di progettare e produrre secondo modalità nuove, più aperte, in dialogo costante con il mondo, sapendo che le Marche della cultura devono finalmente approdare a un livello di maturazione in grado di frenare la dispersione delle risorse, dei sistemi di relazione, del potenziale artistico e progettuale: uno spreco reiterato di occasioni e talenti che fino ad oggi ha caratterizzato il settore, impedendogli di decollare e di svilupparsi. Una problematica, quest'ultima, che non tocca solo il nostro territorio, ma purtroppo caratterizza il nostro Paese nel suo complesso. Ci sono tutti i presupposti, almeno nelle Marche, per invertire questa tendenza attraverso una politica regionale condivisa con le imprese dei diversi settori culturali, che punti a capitalizzare l'investimento pubblico, proiettandolo in una prospettiva di crescita a lungo termine.

Velia Papa

Commenti

Il tema centrale, che percorre trasversalmente molti dei contributi che troviamo in queste pagine, è quello del ruolo che la cultura, nelle sue diverse accezioni, può avere come elemento di traino, o elemento catalizzatore, di processi di sviluppo locale, con particolare riferimento a contesti di economia post-industriale e di forte crisi dei modelli di crescita consolidati, come quello marchigiano.

Il saggio di Sacco-Ferilli-Tavano Blessi prende avvio dalla constatazione, del tutto condivisibile, della mancanza di opinioni consolidate sulle condizioni e sulle modalità con cui la cultura possa divenire fattore di sviluppo, di uno sviluppo durevole, equilibrato, sostenibile.

Questo tema è oggi di grande attualità nelle Marche ed è al centro di un serrato dibattito, innescato dall'innovativa, coraggiosa e ambiziosa iniziativa posta in essere dalla Giunta Regionale, concernente il sostegno al cosiddetto Distretto Culturale Evoluto (DCE).

Ma se, da un lato, non è chiara la ricetta, dall'altro, si registra, nel dibattito in corso, incertezza perfino nella definizione degli obiettivi da attribuire all'iniziativa. Si tratta di conferire una sostenibilità economica all'investimento in cultura, per superare il preconetto che vede la cultura come un settore che assorbe ricchezza, oppure si vuole dare sostegno allo sviluppo, alla crescita delle imprese del settore culturale tradizionale?

L'obiettivo vero, lo spiega chiaramente Salvi nell'illustrare i propositi e la visione dell'Amministrazione regionale, è quello di sostenere, nelle Marche, l'avvio di un processo di sviluppo economico-territoriale di nuovo tipo. Uno sviluppo che induca il sistema produttivo-manifatturiero a innovare grazie all'investimento in *conoscenza*, a diversificarsi, puntando su attività connesse al comparto della produzione culturale e dei beni culturali, a connettersi operativamente e funzionalmente con il sistema delle attività e delle istituzioni culturali. Per queste ultime si pensa, specularmente, a una *contaminazione* con approcci di tipo imprenditoriale ed economico.

Dalla contaminazione tra la manifattura, ossatura forte dell'economia regionale, e la cultura, la creatività, si auspica, lo sottolinea il curatore del numero, Giorgio Mangani, la nascita di un nuovo *modello marchigiano*, una rinnovata capacità di questa regione di dar luogo a uno sviluppo peculiare, originale, fondato su *asset* specifici e non standardizzabili, come già avvenuto nel secondo dopoguerra.

I rischi insiti in un percorso siffatto, che derivano dall'assenza di modelli consolidati, sono ben descritti e sintetizzati nelle tre espressioni *strumentalismo*, *ingegnerizzazione*, *campanilismo*. In realtà, se partiamo da un approccio del tipo che Sacco e gli altri definiscono come *funzionalista*, dunque basato su una pianificazione fondata su

modelli innovativi di organizzazione economica e sociale, e ipotizziamo un modello porteriano di *cluster*-distretto, il rischio è quello di un'azione di tipo *top-down*, con la costruzione di sistemi infrastrutturati, volti alla creazione di ambiti vocati allo sviluppo di una economia a base culturale, che tuttavia non siano in grado di interpretare correttamente le vocazioni, le specializzazioni, le istanze locali.

L'operazione, come ci spiegano anche Memo e Trimarchi, alla luce di esperienze in qualche modo riconducibili a questo tipo di approccio, risulterà velleitaria in quanto non fondata sulla «percezione dell'effettiva esistenza di una domanda» e incapace di «un'incisiva capacità di azioni culturali richieste dalla comunità territoriale».

Si conclude, con Sacco e gli altri, che l'avvio di un processo di sviluppo a base culturale si debba tradurre nel «creare le condizioni sociali ed economiche» affinché la cultura possa svolgere il ruolo di traino desiderato attraverso un «coordinamento strategico con l'intera economia e la comunità locale».

Il desiderio di *creare le condizioni* potrebbe tuttavia esplicitarsi, nuovamente, in un approccio di tipo *top-down*. Per evitarlo risulterebbe preferibile partire dall'assunto, di ispirazione marshalliana, ma ripreso anche da Becattini¹, della preesistenza, ancorché *in nuce*, del distretto rispetto al suo formale riconoscimento, ipotizzando che le condizioni debbano preesistere e la funzione dei *policy maker* sia quella di individuare, riconoscere, favorire la vocazione distrettuale di un'area.

Tale considerazione è stata sviluppata, da vari autori, anche per i distretti rurali, per molti versi concettualmente assimilabili al DCE. Si può infatti ritenere che in un determinato, e delimitato, ambito territoriale, si creino nel tempo, in modo spontaneo, o comunque indotto da un insieme non organizzato di eventi/concause, particolari condizioni, che attengono al sistema produttivo, ma anche alle relazioni sociali, alle risorse locali (culturali, ambientali, umane), alla struttura demo-antropologica, al sistema della formazione, le quali creano una atmosfera (*industrial atmosphere*, *cultural atmosphere*) favorevole all'innesco di processi di sviluppo integrato virtuosi.

Le Marche, ci ricorda Mangani, come emerge anche dai dati elaborati nel Rapporto Symbola 2012, mostrano un livello alto di *performance* dell'industria creativa, che, se letto alla luce della ricchezza di «culture tradizionali agricole e di speri manifatturieri, di tradizione musicale-teatrale e “saper fare” artigianale» può far ben sperare in merito all'esistenza, appunto, di precondizioni favorevoli allo sviluppo di un'economia *culture-driven*.

Volendo individuare gli elementi fondanti di un Distretto Culturale Evoluto, o, meglio, di un processo di *sviluppo integrato a traino culturale*, dovremmo poter riconoscere ciò che definiremo il *milieu creativo*, generato dall'interazione, in particolare, di tre macro-elementi: le risorse culturali, le imprese creative/culturali, le attività creative/culturali.

Dal bisogno di riconoscere la presenza, in una regione, del *milieu creativo* deriva la necessità di mettere a punto una metodologia, quanto più possibile oggettiva, per la sua misurazione, basata sull'introduzione di parametri, qualitativi, ma anche quantitativi. Una volta in grado di accertare che un certo territorio possiede un valore sufficientemente elevato di tali parametri, sarà allora compito degli attori pub-

¹ Sia Marshall che Becattini sono citati nel saggio di Saggio *et al.*, cfr. *supra*, p. ...

blici, dei *policy maker*, unitamente agli *stakeholder* locali, mettere in atto politiche in grado di catalizzare processi virtuosi, promuovere le dinamiche giuste, dunque *creare condizioni* favorevoli a uno sviluppo integrato rispetto al quale la cultura assuma un ruolo guida.

Potranno dunque essere individuati profili di analisi concernenti il sistema delle imprese culturali, delle imprese creative, il grado/potenzialità di integrazione tra imprese, i settori produttivi trainanti, la dotazione di risorse culturali, le reti e attività culturali, la presenza di centri di formazione e ricerca, la presenza di tradizioni artigianali di pregio, il capitale umano, ecc. Ne discenderà la costruzione di un set di indicatori, sufficientemente ampio, generalmente condiviso (e qui si dovrà innestare un processo di concertazione locale), di agevole misurazione.

La determinazione di un *valore-soglia* dei parametri consentirebbe di attribuire una sorta di *rating* al territorio e il sistema potrebbe costituire una base condivisa per la messa appunto delle politiche. Agire su un indicatore/criterio, o modificare l'ambito territoriale, condurrà a variazioni del valore di alcuni macro-profili e dunque permetterà di misurare, preventivamente o *ex post*, la relazione tra la politica progettata, o attuata, e il *rating* complessivo del territorio, contribuendo a oggettivare le scelte.

Dunque, un approccio quanto più possibile *bottom-up*, nella definizione delle metodologie, nell'individuazione delle vocazioni locali, nella delimitazione delle aree omogenee, che dia luogo, per ciascun ambito, a un progetto specifico di territorio, concepito con la effettiva partecipazione, a ogni livello, della comunità residente e degli operatori di settore.

Come evidenzia Salvi, il 2013 sarà un periodo di sperimentazione che vedrà, grazie al rispettivo bando regionale, la formazione di un parco-progetti, per un investimento regionale di 4 milioni di Euro, che coinvolgeranno sia il settore privato, sia le istituzioni pubbliche. Vedrà altresì, in parallelo, l'attuazione di due progetti, per circa 1 milione di Euro, promossi dai Gal nell'ambito di uno specifico protocollo di intesa stipulato con la Regione Marche, nella persona dell'Assessore alla Cultura. Tali progetti concernono, l'uno, la valorizzazione dei borghi e dei contenitori storici per l'insediamento di attività creative o turistiche, mentre l'altro è volto all'avvio di un *incubatore* di imprese creative/culturali nell'ambito di una stretta connessione con le principali imprese creative operanti nella regione, di cui potrebbero costituire una sorta di *spin-off*.

Il 2013 sarà, quindi, un anno durante il quale i diversi attori del territorio dovranno essere in grado di mettere a punto, anche per aree omogenee, agende locali di sviluppo che consentano al sistema regionale di affrontare in modo efficiente ed efficace i nuovi strumenti introdotti dalla programmazione comunitaria 2014-2020, connotati da una forte spinta alla territorializzazione e all'integrazione multisettoriale delle politiche, come il *Community Led Local Development* (CLLD) per le aree extraurbane e gli Investimenti Territoriali Integrati (ITI) per le aree urbane.

Ciò dovrà avvenire nell'ambito di una co-programmazione tra livelli di governo locale, secondo un approccio, quello *culture-driven*, che veda le Marche proporsi, nel panorama nazionale, come un laboratorio per un nuovo modello di sviluppo sostenibile, innovativo, attrattivo, fondato sulla qualità e sulle capacità.

Luca Piermattei

DONNE IMMIGRATE E ASSISTENZA FAMILIARE.
UNA QUESTIONE DI IDENTITÀ LAVORATIVA

di Claudia Santoni

Abstract

This article aims to demonstrate the importance of the biographical-narrative approach in the study of social inclusion of migrant women in the Italian labour market. The job position of migrant women is one of the most important elements to value the social inclusion of migrants in the public sphere. Their access to the labour market is limited to the domestic services often working illegally. These women are isolated and not integrated in the society where they live in. Many of the domestic workers are obliged to work in this sector as they have no other chance. A relationship of dependence is thus created with their employer, who often makes them work many hours and give them no spare time. The integration of autobiography in the migration studies, by adding the value of sharing individual stories to the liberating power of self-writing, can allow the migrant women to overcome the social exclusion and initiate a promoting a qualified integration.

Introduzione

Il presente articolo intende dare conto di un progetto dal titolo “OrmeinForma. La cura e l’ascolto attraverso la narrazione autobiografica”, realizzato per il Comune di Tolentino dall’associazione “Osservatorio di genere” di Macerata. L’associazione persegue diversi scopi culturali e scientifici, tra cui la valorizzazione del ruolo delle donne nel mondo del lavoro¹. Il progetto svolto, da me ideato e coordinato, e supportato nella parte laboratoriale da un’esperta di educazione degli adulti, ha avuto come obiettivo principale quello di mettere a fuoco la realtà dell’assistenza familiare – soggetti, finalità, destinatari e compiti – proponendo un percorso di formazione di gruppo, centrato sulla condivisione delle esperienze di vita e professionali. Per raggiungere questo scopo si è deciso di assumere come tema centrale di analisi quello dell’identità lavorativa femminile – capitale umano posseduto, esperienze occupazionali – e affiancare a questa prospettiva di studio un metodo formativo particolare, quello della narrazione autobiografica, risultato molto utile per far emergere delle diverse storie professionali. Sia il tema dell’identità lavorativa che

¹ Per la visione dello statuto dell’associazione e delle attività realizzate si rimanda al sito www.osservatoriodigenere.com.

quello dell'autobiografia verranno affrontati durante la stesura di questo scritto, evidenziandone in sintesi adeguatezza ed efficacia.

Buona parte delle indicazioni operative presenti nella parte finale dell'articolo – e rivolte a proporre azioni di sviluppo e di miglioramento a livello territoriale del servizio di assistenza familiare – sono il risultato di un coinvolgente dibattito tra studiosi e operatori di settore nato a margine della presentazione del progetto “OrmeinForma” durante il Convegno “Diritti Umani e Immigrazione”, organizzato dall'Università per la Pace e tenutosi ad Ancona ad aprile 2012.

In sintesi, le proposte avanzate si orientano a promuovere nuovi e più efficaci percorsi orientativo-formativi che prendano in considerazione e valutino le competenze possedute dalle lavoratrici, cercando di incidere sul posizionamento del lavoro di cura all'interno di una più ampia e complessiva azione di messa in rete di servizi alle famiglie.

1. L'assistenza familiare: il quadro italiano e la realtà marchigiana

La lettura statistica del lavoro domestico e la visione conseguente della dinamica evolutiva che tale fenomeno ha assunto in Italia nell'arco di pochi anni, mostrano in modo chiaro che si tratta di una questione di ampia rilevanza e di forte ricaduta sia economica che sociale. Ai fini della trattazione di un tema così articolato il ricorso a un'analisi, seppur sintetica, dei dati nazionali e regionali diventa perciò un obbligo.

Cercando tra gli identikit tracciati più di recente, troviamo quello del Censis² che nel corso del 2011 riferisce di un aumento della presenza di colf e badanti del 43% nell'arco di dieci anni e della crescita del 27% di famiglie nel ruolo di datrici di lavoro; un aumento, quest'ultimo, frenato dalla recente crisi economica che ha ampliato l'utilizzo di manodopera sommersa e a più basso costo. Osservando nello specifico la composizione di tale forza lavoro, otto collaboratori su dieci sono donne immigrate molto giovani – più del 66% ha meno di quarant'anni – un dato che può essere interpretato come effetto della regolarizzazione. Le italiane invece svolgono questo mestiere tra i cinquanta ed i sessant'anni, probabilmente perché all'interno di un mercato occupazionale per loro ancora fortemente segregato e ristretto viene adottata la formula del lavorare in caso di necessità, come integrazione del reddito familiare complessivo in ambiti occupazionali per tradizione femminili. A conferma di tale ipotesi, il quadro d'insieme sulla distribuzione territoriale delle collaboratrici domestiche in Italia suggerisce che quelle straniere si concentrano, per la metà, al Nord (prima, per presenze, è la Lombardia) e poi, a seguire, al Centro, mentre il Sud presenta, soprattutto nelle aree più svantaggiate, una più netta presenza di italiane che rendono meno penetrabile alle straniere questo settore. Così, in quest'area del Paese, che sappiamo avere i più alti tassi di disoccupazione femminile, il mercato del lavoro domestico riguarda ancora ben il 42% delle occupate totali.

Il lavoro di cura presenta quindi un'alta incidenza femminile, sia tra la componente straniera (82% sono donne), sia tra quella italiana (96% sono donne). Ri-

² L'indagine è visibile nel sito www.censis.it.

guardo ai titoli di studio posseduti da queste lavoratrici, emerge che essi sono più elevati tra le straniere, di cui il 36,7% ha il diploma superiore e il 6,8% la laurea, contro, rispettivamente, il 23% e il 2,5% delle italiane. Per entrambe, invece, vale la tendenza diffusa al lavoro irregolare: il 40% circa dichiara di lavorare in nero e il 22% in situazioni, se non di totale irregolarità, di forte ambiguità: assenza di copertura previdenziale e pochissime ore lavorate a contratto.

Per completare questo profilo, voglio riportare alcune riflessioni presenti nel dossier “Badanti: la nuova generazione. Caratteristiche e tendenze del lavoro privato di cura”³, pubblicato a novembre 2008. Il dossier presenta i risultati di una progettazione che ha monitorato l’evoluzione dell’assistenza familiare in una vasta area territoriale, costruendo una base conoscitiva ampia attraverso l’utilizzo anche di interviste faccia a faccia, sia ad assistenti che a operatori di settore.

Viene anche qui evidenziato che la presenza delle badanti in Italia aumenta di anno in anno e che si registrano nuove ondate, diverse sia per caratteristiche socio-demografiche che per atteggiamenti verso il lavoro: le ultime arrivate sono molto giovani, lavorano soprattutto in nero, preferiscono il rapporto a ore rispetto alla co-residenza e sono interessate a seguire corsi di formazione.

Una specificità, inoltre, è la prevalenza di presenze dall’Europa dell’Est (Romania, Ucraina e Moldavia); si tratta di un aumento del 77,8% che ha ridimensionato negli ultimi anni il peso relativo delle Sudamericane, il cui flusso è stato il più consistente fino a dieci anni fa. Tale aumento è conseguente all’ingresso della Romania nell’Unione Europea, evento che, come prevedibile, ha modificato nelle intenzioni il progetto migratorio di queste nuove assistenti familiari, divenuto di lungo periodo e orientato alla stabilizzazione e al ricongiungimento familiare. La maggior parte di loro arriva, ormai, sapendo già di potersi occupare di persone non autosufficienti, quindi sono in media più consapevoli sia dei loro compiti che dei loro diritti. Nello stesso tempo, però, l’indagine avverte che queste donne non hanno intenzione di rimanere tutta la vita segregate in tale attività ed è da questa nuova visione del lavoro che deriva la volontà di cambiare, di avere un rapporto a ore e non di co-residenza, perchè sono consapevoli che ciò le porrebbe in una condizione di chiusura, strette in una *gabbia domestica* che blocca ogni prospettiva di mobilità lavorativa e di autonomia, a partire da quella abitativa.

Tuttavia rimane sullo sfondo una contraddizione: questa giusta e legittima propensione al cambiamento difficilmente può innescarsi se si lavora in modo irregolare. Le assistenti intervistate rispetto a ciò danno una risposta di certo non condivisibile ma comprensibile: la regolarizzazione ha un costo elevato (per i datori e per le assistenti), così a volte si rinuncia al sistema delle garanzie e delle tutele per avere in cambio rapporti di lavoro più liberi e una paga più vantaggiosa. Si tratta di una libertà che, però, deve avere come presupposto il fatto che si instauri con il datore di lavoro un rapporto di fiducia e di rispetto.

Anche per la regione Marche l’assistenza familiare costituisce un settore occu-

³ Questo dossier è il frutto di diversi progetti seguiti dall’Istituto per la Ricerca Sociale di Milano nell’arco di cinque anni ed è scaricabile nell’area *download* del sito www.qualificare.info.

pazionale molto rilevante in termini quantitativi⁴: si parla di circa 15 mila addetti come forza lavoro regolare. Facendo un confronto tra stime sul numero di assistenti straniere che lavorano con gli anziani e il numero complessivo di non autosufficienti ultra sessantacinquenni viene ipotizzata la copertura di circa la metà degli anziani con problemi di autonomia. Torna quindi la formula di un *welfare* pubblico carente che delega alle famiglie in termini, non solo di integrazione del servizio, ma proprio di sostituzione ai fini della soddisfazione dei bisogni⁵.

Sul versante delle tendenze del lavoro svolto (orientamenti, prospettive) il quadro si fa di complicata comprensione, in quanto l'intreccio tra stato di irregolarità e assenza di contratto rende difficile valutare le indicazioni che le stesse lavoratrici danno circa la loro soddisfazione lavorativa. Per tracciare comunque un quadro indicativo della professionalità oggi messa in campo si può specificare come dato negativo quello di una scarsa preparazione in patria al lavoro dell'assistenza, anche da parte di coloro che partono con la consapevolezza di poter fare il lavoro di cura. Come dato positivo va colta la disponibilità a voler partecipare in Italia a dei percorsi formativi. Tra le tendenze positive metterei anche quella di desiderare un lavoro diverso per il futuro: una legittima aspettativa che segnala la volontà di voler uscire dalle logiche della segregazione occupazionale, imposta da tale lavoro a tutte le donne in generale (soprattutto nel Sud Italia) e alle immigrate in particolare.

2. Una breve riflessione: il quadro normativo e la regolarizzazione

Abbiamo già evidenziato l'assenza di un intervento pubblico nel campo del lavoro di cura e la conseguente attesa creatasi rispetto alla risoluzione in termini legislativi di un *welfare* insufficiente e inadeguato, ma è comunque interessante proporre una sintesi storico-giuridica di come sia stato affrontato in Italia il tema del lavoro domestico, da cui risulta evidente l'intreccio che in esso è presente tra ruolo delle famiglie, condizione delle donne, assenza di diritti. A tal fine farò riferimento a un saggio dello studioso Paolo Passaniti, storico del diritto italiano ed esperto di diritto di famiglia. Come lo stesso suggerisce, la legge sul lavoro domestico in Italia viene emanata il 2 aprile del 1958⁶, in un momento storico di grandi cambiamenti socio-culturali per tutta la società italiana. Così, mentre le domestiche fuggono verso il nuovo lavoro industriale, lo Stato decide di contrattualizzare il lavoro domestico rendendolo esterno alla famiglia – con gli anni Sessanta poi ci sarà il rifiuto del modello della *domestica serva* –, prevedendo che il rapporto orario sia di almeno quattro ore giornaliere presso lo stesso datore, lasciando quindi completamente scoperta la regolarizzazione dei rapporti di durata inferiore o superiore⁷. I fenomeni migratori degli anni successivi, dovuti a cambiamenti su base internazio-

⁴ Indagine dell'Agenzia Regionale Marche Lavoro diretta da Emmanuele Pavolini e scaricabile dal sito www.armal.it.

⁵ Voglio ricordare a tal proposito l'articolo di Saraceno (2009bis), che descrive l'Italia come un Paese in cui le politiche di cura non sono mai decollate, lasciando alle famiglie la soluzione della copertura dei bisogni e costringendole ad arrangiarsi, utilizzando una offerta di lavoro a basso costo. Si è venuto così a creare un pezzo di *welfare* anomalo in cui si incrociano spesso emergenza assistenziale e clandestinità.

⁶ Si tratta della Legge 2 aprile 1958 n. 339 "Per la tutela del lavoro domestico".

⁷ Segnalo che il recente contratto prevede, se applicato correttamente, diversi livelli di inquadramento professionale. Il testo completo è visibile sul sito www.anolf.it.

nale di carattere economico, fanno però entrare in Italia, in particolare dagli anni Novanta del secolo scorso, le cosiddette badanti: un flusso enorme e composito che viene a coprire l'assenza, nel nostro Stato sociale, dell'assistenza degli anziani non autosufficienti, i quali, nel frattempo, crescono nelle famiglie italiane (a causa dell'innalzamento della vecchiaia), mettendo in seria difficoltà il familiare *caregiver*, che è nella maggioranza dei casi una donna. Come fa notare Passaniti: «ritorna così, in un modo storicamente bizzarro, la domestica – quella che il Sessantotto aveva rifiutato ideologicamente – e nasce un lavoro di cura irregolare, senza norme, che si pone e rimane ancora “nella periferia del diritto del lavoro”» (Passaniti, 2012, p. 8).

A rafforzare negli anni il binomio donna immigrata-badante è stata la normativa in materia di immigrazione⁸ che, utilizzando l'esclusivo metodo dei flussi d'ingresso, ha stabilito che l'entrata in Italia sia legata a una chiamata nominativa per lavoro, dequalificando così la manodopera immigrata, di cui non viene valutato né il ruolo professionale svolto in patria, né i titoli di studio posseduti. Le donne immigrate diventano lavoratrici domestiche perché servono a coprire i buchi del nostro sistema di servizi, divenendo figure indispensabili per le famiglie italiane, alle quali da sempre lo Stato delega la responsabilità di cura e di assistenza dei suoi membri. Per questo negli anni si è proceduto a svariate regolarizzazioni del lavoro domestico, e quindi delle posizioni di soggiorno, provando a fare emergere il lavoro sommerso che nel frattempo si è sviluppato in questo settore lavorativo. La *sanatoria* del 2009, di cui abbiamo numerosi dati e analisi, risale a giugno del 2009 quando alle famiglie italiane è stata data la possibilità di mettere in regola colf e badanti attraverso la cosiddetta “richiesta di emersione”⁹.

In un interessante articolo di Pasquanelli e Rusmini (2010) ci si chiede, a un anno dalla chiusura dei termini delle domande, se il risultato di questa regolarizzazione sia traducibile in successo o fallimento, spiegando così alcuni interessanti meccanismi sottostanti questa procedura. Innanzitutto, il risultato della sanatoria è stato modesto (poco più di una domanda presentata su tre potenziali): l'insuccesso è collegabile al comportamento attuato dai due soggetti coinvolti nella sanatoria, cioè i lavoratori immigrati e le famiglie. Riguardo alla popolazione migrante l'interesse è stato certamente limitato: un segnale di come il meccanismo della regolarizzazione stia perdendo di forza, spingendo a interrogarci sul cambiamento avvenuto di recente nei progetti migratori. Il lavoro di cura non rimarrà per sempre attraente, l'offerta di lavoro potrà calare per una voglia di cambiamento soprattutto delle lavoratrici e questo deve far riflettere rispetto, sia al ruolo attrattivo che potranno avere società europee più aperte e mobili della nostra, sia alla ricaduta che questa flessione del lavoro di cura avrà sulle nostre famiglie. Queste ultime, che sono anche datrici di lavoro, non trovano grandi benefici dalla regolarizzazione

⁸ Come è noto, tale materia in Italia è disciplinata dal Testo Unico sull'immigrazione D.L. 286 del 25 luglio 1998 che è stato modificato dalla successiva Legge “Bossi-Fini” del 2002 e di recente dal “Pacchetto Sicurezza” del 2009.

⁹ Mentre scrivo questo articolo, viene emanato dal Ministro dell'Interno il provvedimento di regolarizzazione del lavoro nero immigrato. Questa *sanatoria*, aperta dal 15 settembre al 15 ottobre 2012, riguarda per la quasi totalità collaboratrici familiari e assistenti per persone non autosufficienti.

della loro lavoratrice, a causa dei costi che devono sostenere e che lo Stato riconosce in modo molto limitato; così il mercato sommerso resta ancora, purtroppo, molto attrattivo. Come sottolineano gli studiosi, il quadro è complesso ed è chiaro che le soluzioni in merito vanno ricercate mettendo finalmente in rete più strategie e risorse: economiche, formative, di supporto sociale. Sulle proposte e sulle azioni di sviluppo possibili torneremo nella parte finale dello scritto.

A chiusura di questo breve quadro sulle norme e sulla regolarizzazione del lavoro domestico in Italia voglio riferire di due novità apparse di recente. La prima riguarda l'attuazione dell'Accordo di integrazione, previsto dalla Legge n.94 del 2009 ed entrato in vigore a maggio 2012, per cui tutti gli stranieri con più di sedici anni dovranno sottoscriverlo presso lo Sportello unico per l'immigrazione o in questura ai fini del permesso di soggiorno. Esso, in sostanza, propone una sorta di patto, articolato per crediti, con cui lo straniero lavoratore si impegna a partecipare a tutta una serie di attività formative e sociali finalizzate ad apprendere non solo la lingua italiana ma anche i principi alla base della vita civile. Le perplessità circa tale sistema sono molte: in breve mi sembra utile evidenziare come spesso alcuni dispositivi normativi come questo sottopongano la condizione giuridica degli stranieri a misure che mirano a mantenere in modo esplicito l'ordine pubblico, piuttosto che ad affermare e promuovere l'integrazione come diritto; strada, quest'ultima, indispensabile per qualificare il lavoro di cura.

L'altra norma, invece, è di carattere internazionale. In occasione della centesima Conferenza internazionale del Lavoro di Ginevra del 16 giugno 2011 i delegati di governi, lavoratori e datori di lavoro provenienti dai 183 Paesi membri hanno approvato a larga maggioranza (396 voti favorevoli, 16 contrari, 63 astensioni) una Convenzione sui diritti del lavoro domestico¹⁰. Si tratta di una decisione storica perché trasferisce, per la prima volta, il sistema standard dell'Organizzazione internazionale del Lavoro nell'economia informale, stabilendo che i lavoratori domestici di tutto il mondo, che si prendono cura delle famiglie bisognose di assistenza, sono titolari degli stessi diritti fondamentali riconosciuti agli altri lavoratori. La nuova Convenzione, vincolante per i soli Paesi Membri dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL), è riuscita a promuovere, a livello internazionale e a più voci – tra cui quella dell'Agenzia ONU per le donne –, la necessità che le lavoratrici domestiche siano trattate con dignità e rispetto. Riguardo allo stato di ratifica, trascorso poco più di un anno dalla sua adozione dalla Conferenza Internazionale del Lavoro dell'OIL, i sindacati di tutto il mondo stanno intensificando la campagna per ottenere almeno dodici ratifiche entro la fine del 2012. Ad oggi, tale processo sta riguardando l'Uruguay (primo paese ad aderire), le Filippine, il Sud Africa, le Mauritius, il Belgio, il Kenya, il Brasile e la Colombia.

3. Qualificare l'assistenza familiare

L'immigrazione legata ai servizi alla persona è ormai parte integrante e centrale del nostro *welfare* informale e ha assunto a pieno il tradizionale ruolo di cura assegnato alle nostre famiglie (e, in esse, soprattutto alle donne). Questo sistema di

¹⁰ La Convenzione è visibile nel sito www.ilo.org.

cure a domicilio, fornito da una numerosa forza lavoro immigrata flessibile e a basso costo, si è inserito nel nostro modello *familistico* di stato sociale, venendo in soccorso a un impianto tradizionale che rischiava di crollare sotto alcune recenti modificazioni: l'entrata delle donne nel mondo del lavoro, l'aumento del numero di anziani e soprattutto l'agire di un'iniqua distribuzione dei compiti domestico-familiari tra uomini e donne. Inoltre, a fondamento di questo sistema rimane un meccanismo di protezione sociale delle famiglie pensato e fondato troppo sui trasferimenti di reddito (tra l'altro esigui) e poco sui servizi pubblici alle persone, così come invece avviene nel Centro-Nord Europa¹¹. Si tratta quindi di un *welfare* reativo, concepito su di una vecchia logica, mai abbandonata, che collega ancora i bisogni di assistenza alla responsabilità delle famiglie, senza preoccuparsi della ricaduta che poi tale legame ha, in particolare, sulla popolazione femminile: *caregiver* per necessità fino agli anni Novanta del Novecento e oggi badante per professione.

La prestazione lavorativa si svolge, quindi, nell'assenza quasi totale di una base contrattuale che sia in grado di regolamentare il rapporto assistente-assistito, il quale diventa così soggetto a conflitti, ricatti, compromessi, indulgenze. Dobbiamo anche riconoscere che molte famiglie italiane, rispetto in particolare all'assistenza agli anziani, seguono volentieri questo modello di *welfare amichevole* e non istituzionalizzato che permette loro, fin quando è possibile, di lasciare il proprio familiare nel contesto di vita quotidiano, di non sconvolgere le sue abitudini e, soprattutto, consente loro di vederlo tutte le volte che possono, senza orari o vincoli. Diversi studiosi hanno parlato a tal proposito di adesione delle famiglie italiane a una cultura che è *liberante* per l'anziano ma che, all'opposto, può porre in condizioni di *servitù* chi dà la cura e deve garantire una completa disponibilità.

L'anziano assistito può rischiare di rimanere intrappolato all'interno di un'attività di cura inadeguata, così come, dall'altra parte, l'assistente è costretta a svolgere, nella scarsa regolamentazione, se non nell'illegalità, un lavoro molto faticoso, sia fisicamente che psicologicamente. Queste lavoratrici devono imparare a relazionarsi con l'utente e con la sua famiglia, a saper gestire le proprie emozioni, ad ascoltare l'altro entrando nel suo sistema comunicativo. Per svolgere un compito così complesso occorre una formazione che si componga di nozioni socio-sanitarie indispensabili per garantire una corretta assistenza al malato ma è anche necessario che si attui un percorso orientativo che consenta alle lavoratrici di rafforzare la loro identità professionale – mansioni, diritti – e di legittimare il loro ruolo: cosa so fare, che esperienze porto con me, quale cura riesco a dare. È in particolare all'interno di quest'ultima dimensione formativa che si pone il progetto "OrmeinForma" che ha cercato di coprire un ambito di intervento sottovalutato e poco promosso.

Il quadro della formazione delle assistenti familiari in Italia presenta grandi disomogeneità territoriali; diverse Regioni e Province – soprattutto del Centro-Nord – hanno negli anni promosso, nell'assenza di una chiara regolazione e di comuni

¹¹ In Stuppini (2011) si sottolinea la debolezza dell'intervento pubblico italiano basato sul riconoscimento del ruolo di datrice di lavoro alla famiglia italiana e viene illustrata la strada seguita dalla Francia che, grazie ad un sistema integrato, ha migliorato l'incontro tra domanda e offerta di lavoro, ha sistemato gli albi e indirizzato la formazione, riuscendo così anche a far emergere il lavoro irregolare.

linee di indirizzo, numerosi corsi, al fine di definire percorsi di qualificazione del lavoro di cura. Riprendendo alcune considerazioni apparse di recente nella “Newsletter sul lavoro privato di cura”¹² si evincono alcuni elementi convergenti molto interessanti: una notevole omogeneità nei contenuti dei corsi promossi – quadro istituzionale, norme contrattuali, nozioni tecnico-operative e supporto relazionale – e la tendenza a riconoscere i crediti formativi acquisiti per l’accesso a percorsi successivi che portino a qualifiche come quella di Operatore socio-sanitario. Inoltre, la partecipazione alla formazione sembra favorita soprattutto da due elementi: il primo è la breve durata del corso, il secondo è il riconoscimento dei crediti. Cosa ben diversa, però, è porsi l’obiettivo più alto di qualificare realmente, e in modo risolutivo, il lavoro di cura. In effetti, a tal fine occorre attivare anche altri percorsi paralleli che tengano in considerazione il ruolo delle famiglie che spesso hanno bisogno di un supporto informativo e il ruolo dell’ente locale che dovrebbe accompagnare le assistenti in tutto il percorso lavorativo, dal suo avvio alla conclusione.

C’è anche un altro aspetto che va valutato dentro il quadro complessivo della formazione e mi riferisco a una sorta di verifica a fine corso che andrebbe svolta circa i reali benefici che le assistenti hanno ricavato dall’attività seguita: continuità lavorativa, rafforzamento dell’identità professionale, maggiori forme contrattuali regolari. Il lavoro sommerso, come abbiamo già avuto modo di evidenziare, coinvolge la metà delle lavoratrici che per il meccanismo dei crediti formativi, funzionanti solo per le regolari, rimangono quindi escluse dalla formazione, continuando a lavorare senza un’adeguata preparazione e un sostegno. Questo sistema andrebbe ribaltato, sollecitando una formazione il più possibile aperta a tutte le lavoratrici, proprio per fare emergere il lavoro irregolare e aiutare queste donne immigrate a uscire da una condizione di isolamento, parlando, raccontando le loro difficoltà e le emergenze che nel lavoro non riescono a coprire.

Un modello di formazione così impostato, aperto, capace di mettere a confronto i soggetti coinvolti nell’attività di cura potrebbe riuscire a promuovere l’idea che lavorare nell’assistenza domestica necessita di un apprendimento e di una professionalizzazione, che spesso viene data per scontata, solo perché si pensa a questo come a un lavoro tipicamente femminile, che richiama doti e attitudini associate per tradizione alle donne (cura, ascolto, mediazione, comunicazione, disponibilità).

5. Il progetto “OrmeinForma”

Di seguito, viene descritta la progettazione realizzata evidenziando le principali tappe formative, insistendo in modo particolare sulla metodologia utilizzata.

5.1 La struttura

Il corso, di breve durata proprio per facilitare la continuità delle presenze, si è svolto in tre incontri di tre ore ciascuno, con una pausa di quindici giorni tra il secondo e il terzo, ai fini dell’elaborazione del prodotto autobiografico individuale finale. Hanno partecipato quindici assistenti familiari, individuate attraverso un elenco comunale, tutte di nazionalità, formazione, età ed esperienza professionale

¹² La newsletter è scaricabile dal sito www.qualificare.info.

differenti; un dato, questo, che ha costituito un arricchimento culturale per il gruppo classe che, fattore molto importante, ha potuto confrontarsi con le differenti operatività sperimentate in campo lavorativo. Tutta l'attività di contatto delle corsiste e di accompagnamento all'iscrizione e alla frequenza è stata seguita da una mediatrice culturale che inoltre ha tradotto in lingua araba parte delle lezioni in aula per facilitare la comprensione dei contenuti. Questa figura di mediazione e tutoraggio è stata indispensabile per tenere insieme la classe e creare un rapporto di fiducia con le docenti. Il gruppo così composto è stato seguito e guidato lungo un percorso formativo volto a raggiungere almeno due obiettivi principali: indagare in profondità il lavoro dell'assistenza familiare – mansioni, impegni, conflitti, responsabilità, aspirazioni – e promuovere delle azioni di raffronto sempre più esplicite tra le lavoratrici e le famiglie, a partire da quelle già coinvolte in questa modalità di cura.

5.2 Il metodo

Come già evidenziato, ai fini dello svolgimento del corso l'attenzione è stata rivolta, in modo primario, alla costruzione di uno spazio relazionale e comunicativo specifico, all'interno del quale, attraverso strumenti autobiografici pensati *ad hoc*, si riuscisse a facilitare il racconto delle storie professionali (e personali), dando giusta collocazione e attenzione alle singole soggettività femminili.

Questo percorso è stato possibile grazie all'applicazione del metodo narrativo autobiografico, qui utilizzato proprio come strumento per mettere in forma la costruzione identitaria di ogni donna e fare attivare riflessioni e considerazioni intorno al proprio ruolo professionale. Ciò ha richiesto alle partecipanti di legittimarsi all'interno di una piena libertà emozionale e di pensiero in modo che il racconto potesse realizzare un'azione trasformativa sul presente: si è trattato in sostanza di riattualizzare il rapporto con il passato in relazione al tema dell'identità lavorativa. Ciò è avvenuto nella consapevolezza che per ciascuna donna ha agito come esperienza centrale di vita quella della migrazione.

Il primo incontro, in particolare, è servito per sensibilizzare le corsiste al tema dell'autobiografia: le sue applicazioni, le sue caratteristiche, l'efficacia, utilizzando la lettura di racconti di badanti (Mauceri, Negro, 2009) che hanno sperimentato lo strumento del narrarsi. Il metodo autobiografico¹³ si è dimostrato negli anni molto efficace nel campo dell'educazione degli adulti, soprattutto in emigrazione, in quanto è un valido dispositivo di conoscenza di sé e dell'altro. In particolare, tale approccio permette di lavorare su una concezione plurima dell'identità – costruita su più lingue, culture, esperienze – e su un meccanismo di apprendimento basato sull'auto-riconoscimento e quindi promotore di autonomia e autoformazione. Le partecipanti sono così riuscite a riflettere con i giusti strumenti sui propri percorsi di vita e professionali, facendo affiorare i vissuti affettivi e cognitivi. Da segnalare che ogni racconto di vita (*récit de vie*) è stato presentato al gruppo secondo il pro-

¹³ In Italia l'autobiografia come approccio formativo deve la sua ampia diffusione soprattutto all'opera di Duccio Demetrio e al Gruppo di ricerca sulla "Condizione adulta e processi formativi" attivo presso la Scuola Biennale della Libera Università di Anghieri.

prio codice linguistico-culturale, avendo, però, premura a rendere gli eventi esposti intellegibili ai diversi ascoltatori: le narrazioni non sono né semplici cronache esistenziali né pure invenzioni.

5.3 Il percorso formativo: tappe e prodotti autobiografici

I primi due incontri si sono strutturati prevedendo un'iniziale parte teorica di conoscenza del metodo autobiografico (primo incontro) e poi del fenomeno del lavoro domestico in Italia (secondo incontro) specificandone tappe storico-giuridiche e implicazioni socio-economiche. Su quest'ultimo aspetto, per delineare le nuove mobilitazioni generatesi a livello globale e mostrare le conseguenze che esse hanno prodotto sui destini femminili, perfetto è stato il richiamo alla definizione di *catena transnazionale della cura* (Ehrenreich, Hochschild, 2002) che sintetizza al meglio il tragitto compiuto da molte donne in difficoltà che emigrano lasciando spesso i propri cari a casa nelle mani di altre donne – figlie, madri, sorelle – per venire nei Paesi europei e fornire a pagamento il loro servizio di cura e di assistenza. Le attività laboratoriali, invece, hanno avuto lo scopo di avvicinare gradualmente le corsiste all'esperienza dell'autonarrazione, favorendo il riconoscimento del gruppo classe come luogo di ascolto mai giudicante. L'utilizzo di specifiche tecniche grafico-espressive ha consentito così di orientare le partecipanti verso una stesura autobiografica attinente le dimensioni dell'ascolto e della cura, evocando ricordi e immagini lungo un percorso organizzato cronologicamente, capace di ricostruire gli episodi più significativi della loro esperienza personale e professionale. Riflessioni in gruppo sono così nate intorno alla diversa concezione che *il prendersi cura dell'altro e l'ascoltare i bisogni altrui* hanno avuto per ognuna di loro; considerazioni, com'è ovvio, fortemente condizionate dall'appartenenza culturale. L'*incipit* narrativo è stato quindi stimolato partendo da questi due concetti chiave dell'assistenza domestica, spesso ignorati e poco valutati. Mi soffermo in particolare su quello di cura che ha da sempre implicazioni enormi sulla condizione femminile.

Che si tratti di attività remunerata oppure svolta in forma volontaria, *curare gli altri*, soprattutto i propri familiari, è da sempre un compito sessuato e qui utilizzo le efficaci parole di Chiara Saraceno: «fino agli anni Settanta del secolo scorso la cura non costituiva una sfida teorica per la ricerca sociale, né come concetto né in quanto attività sociale. Apparteneva “naturalmente” al mondo femminile delle madri, delle figlie, delle sorelle e delle domestiche. Dagli anni Settanta, invece, termini come cura e prestazione di cura sono divenuti oggetto di riflessione e di un dibattito teorico molto ricchi [...]. Questo processo ha fatto emergere molteplici attori, sia dal lato dei prestatori sia da quello dei destinatari della cura [...]. E i diritti e le responsabilità di coloro che prestano la cura e di coloro che la ricevono sono oggetto di dibattito» (Saraceno, 2009, p.60).

Durante gli incontri sono nate molteplici riflessioni e analisi intorno al lavoro di cura e i prodotti autobiografici realizzati a seguito dell'attività laboratoriale – scritti, racconti orali, disegni – hanno permesso il riconoscimento delle competenze professionali possedute e favorito l'identificazione dei bisogni inespressi. L'autobiografia è uno strumento innovativo della gestione delle risorse umane, perché

favorisce in un certo modo l'incontro fra il lavoratore e il suo lavoro: narrando riusciamo a dare senso alla nostra storia e al nostro agire.

I racconti prodotti dalle nostre corsiste sono stati tanti e tutti molto ricchi per contenuti e proposte. Di seguito alcuni brani, tra i più significativi. Dice Irina: «il rapporto tra badante e assistito è un patto e per fare questo lavoro devi entrare nella mente dell'assistito per poter passare una giornata intera insieme, ventiquattro ore su ventiquattro, devi convincerlo a fare la terapia, a prendere le medicine, devi stabilire la fiducia ma purtroppo a volte i familiari non capiscono cosa facciamo e mettono in crisi questo faticoso rapporto costruito [...]. Mi è capitato un assistito con quattro figli ed era come avere quattro datori di lavoro diversi, uno dice fai una cosa e uno un'altra». Ancora Irina: «dobbiamo imparare le abitudini del malato e metterci al servizio della famiglia, io sono bisognosa perché devo lavorare ma anche la famiglia ha dei bisogni perché l'anziano va assistito e questa è una condizione di uguaglianza siamo entrambi bisognosi e questa uguaglianza le famiglie devono comprenderla [...]. La mia esperienza lavorativa mi dice che per andare avanti in questa situazione devi concentrarti sulla malattia della persona e non sul suo carattere che a volte può essere difficile perché per lei è forse "l'ultimo bicchiere della vita" e devi aiutarla, questo rapporto spesso le famiglie non lo capiscono».

Si confida Saida: «in Marocco ho sempre lavorato, molto in fabbrica, quando sono arrivata in Italia per un anno non ho potuto lavorare e mi sentivo male, ho sofferto tanto, quando sono venuta qui e ho ricominciato a lavorare e sono nata di nuovo, è stata una rinascita per me [...] prima non parlavo con nessuno, non lavoravo e mi sentivo inutile». Anche Rabia, che in Algeria era insegnante, spesso si sente inutile: «qui il posto è tranquillo, forse anche troppo per chi viene da una grande città, non ho momenti di incontro con altre donne per condividere esperienze [...]. Momenti di confronto come questo per me sono importanti».

Un aspetto significativo che è tornato spesso nei racconti è l'importanza di vedere riconosciute le proprie competenze soprattutto dalle agenzie di lavoro private; uso ancora le parole di Irina, la più anziana del gruppo per esperienza lavorativa: «lavorando noi facciamo tante esperienze che non vengono riconosciute, il medico di famiglia o dell'Adi ti spiegano molte cose che possono esserti utili e ti rendi autonoma, devi avere coraggio e imparare. Purtroppo a volte la disperazione per il lavoro perso non ti fa poi scegliere e prendi il primo lavoro che ti capita, non puoi dire ciò che sai fare, non riesci a contrattare il rapporto perché devi subito accettare il lavoro e se non lo fai ti dicono che non hai voglia di lavorare».

6. Questioni rimaste aperte sull'assistenza familiare

6.1 Il rapporto assistente-assistito

Il lavoro di assistente familiare può prevedere una serie ampia di mansioni e compiti quasi mai regolamentati da contratto, per cui, oltre allo specifico lavoro di cura della persona anziana, si deve pensare alla gestione domestica della casa o, ancora, a svolgere attività per altri membri della famiglia; trasversale a tutto ciò, agisce quella che possiamo definire un'*assistenza emotiva continua* al malato (rassicurare, supportare, incoraggiare, sostenere). Quando tutti i giorni si mangia in-

sieme, si guarda la televisione, si passeggia o si fa la spesa, è chiaro che il rapporto lavorativo stretto si allarga e investe la sfera delle relazioni personali, trascinando con sé stati d'animo e affetti. Le funzioni richieste travalicano quindi anche ciò che si è deciso *per contratto* e la fatica diventa sia fisica che psicologica; per esempio, ci si dimentica dell'elemento della morte, che invece le assistenti affrontano di frequente, proprio perché lavorano con malati anziani non autosufficienti. Le narrazioni da noi raccolte segnalano come queste donne, trascorrendo con l'assistito gli ultimi momenti della sua vita, diventano depositarie della sua memoria storica e destinatarie di un forte carico emotivo.

6.2 *Il riconoscimento dei diritti*

Le narrazioni indicano la difficoltà che queste donne hanno, sia nel riconoscersi come lavoratrici qualificate – dimensione soggettiva –, sia nell'essere riconosciute dall'esterno in un'identità collettiva professionalmente e socialmente definita. Assenza di tutele, precarietà e discontinuità del lavoro, scarsi legami sociali, queste sono le caratteristiche prevalenti di questo lavoro. È pur vero, però, che durante gli incontri di gruppo, raccontandosi, le corsiste hanno realizzato che loro costituiscono comunque una collettività che affronta quotidianamente le stesse problematiche, le medesime sofferenze e ha spesso le stesse aspirazioni.

6.3 *La formazione*

Si è già evidenziata la disomogeneità territoriale dei corsi di formazione in Italia e il fatto che essi, purtroppo, sono vincolati alla regolarità del permesso di soggiorno, alla gratuità degli stessi (in poche possono pagarne i costi) e alla disponibilità dei propri datori di lavoro, che non rinunciano facilmente alla presenza della badante, neanche per poche ore. Le poche indagini diffuse su questo tema – in linea con quanto da noi evidenziato – aggiungono, però, che sta crescendo tra le assistenti la volontà di formarsi, sfuggendo all'idea prevalente di un lavoro che, in quanto femminile, non ha bisogno di preparazione, e in parallelo cresce anche il desiderio di apprendere i propri diritti come lavoratrici e di incontrarsi in un luogo dove sentirsi ascoltate, esporre le proprie problematiche, raccontare e confrontarsi.

7. Una proposta *perfettibile* di azioni pubbliche, strategie e alleanze sul lavoro di cura

7.1 *Dalla parte delle lavoratrici*

Promuovere una rivalutazione sociale e culturale dell'assistenza familiare per riconoscerne la professionalità e rendere visibili compiti e diritti. Ciò deve avvenire partendo dalle donne stesse che vanno seguite e aiutate ad esprimere autonomia e soggettività, due elementi i quali, tra l'altro, si accentuano e fortificano con l'esperienza della migrazione, che, non a caso, conduce in modo quasi naturale al racconto di sé. L'autobiografia si presenta perciò lo strumento ideale.

È necessario attuare una formazione finalizzata all'individuazione delle competenze acquisite in patria (agevolare il riconoscimento dei titoli di studio posseduti), prevedere un sistema che possa validare le competenze di quelle lavoratrici che

hanno già accumulato esperienza nel lavoro di cura e riconoscere un credito formativo utile per l'ottenimento della qualifica. Un'attenzione costante dovrebbe esserci nel formare e orientare le lavoratrici durante le pause dal lavoro dovute alla disoccupazione.

Far uscire dal canale del lavoro di cura le assistenti che possiedono più alti titoli di studio – riconoscimento del capitale culturale posseduto – e prospettare, così, una mobilità verso un lavoro più qualificato. Questo percorso potrebbe concretamente servire a demolire lo stereotipo che vede le donne migranti capaci di svolgere solo l'assistenza familiare, secondo il tradizionale e discriminante schema della divisione sessuale del lavoro, che comporta, com'è noto, segregazione occupazionale orizzontale e, quindi, verticale.

È urgente affrontare il problema della conciliazione dei tempi di vita e di lavoro, che rimane centrale per le lavoratrici che hanno una famiglia propria, in particolare per le straniere che non possono contare sulla rete di sostegno dei parenti, spesso rimasti in patria.

7.2 Dalla parte delle famiglie

È opportuno garantire la qualità e la stabilità dei rapporti di lavoro di cura agevolando la regolarizzazione. Alcune proposte avanzate sono:

- trasformare l'indennità di accompagnamento in un buono-servizi, spendibile solo per rapporti in regola;
- incentivare ed estendere la detrazione fiscale del costo per un assistente familiare;
- legare i contributi pensionistici alla retribuzione effettiva e non a quella convenzionale;
- usufruire di canali di reclutamento ufficiali, che valutino le competenze specifiche delle lavoratrici;
- pensare ad azioni di supporto informativo per le famiglie – diritti contrattuali e compiti richiesti – e ad azioni di sensibilizzazione sulle implicazioni del lavoro domestico – dare cura, essere ascoltati – e sulla professionalità di queste lavoratrici;
- fornire una rete di servizi integrata pubblico-privato per garantire alle famiglie un accompagnamento all'assistenza, un orientamento sulla professione di assistente e un sostegno economico nel caso di necessità.

Tutto ciò è indispensabile per evitare la vecchia formula dell'auto-organizzarsi.

7.3 Le istituzioni e il privato sociale

Una referenza per le famiglie e per gli anziani potrebbe essere costituita da albi, registri comunali e provinciali in cui inserire i nominativi delle assistenti familiari – con formazione o con dichiarata esperienza – prevedendo un aggiornamento costante.

L'istituzione di servizi informativi come *call center* o siti internet, che attuino intermediazione tra domanda e offerta di lavoro e favoriscano l'inserimento lavorativo delle assistenti, potrebbe anche evitare l'eccessivo *turn over* delle lavoratrici all'interno delle famiglie.

Sarebbe utile la pubblicazione di *vademecum*, opuscoli informativi relativi al contratto di lavoro, alle mansioni e ai compiti delle lavoratrici, alle opportunità formative, che illustrino in generale tutte le implicazioni sociali, culturali, di contesto dell'assistenza familiare.

Prevedere un tutoraggio per le lavoratrici che possa essere sia temporaneo, nei primi mesi di lavoro, che continuativo per l'attuazione di alcune prestazioni assistenziali specifiche: questo intervento potrebbe alleggerire le richieste crescenti di aiuto che arrivano ai servizi domiciliari, garantire alle famiglie un controllo sulla qualità dell'attività di cura che ricevono, sostenere la lavoratrice nella delicata fase di iniziale contatto relazionale con il malato. Tale tutoraggio può essere realizzato da una figura professionale capace di svolgere opera di intermediazione tra l'assistente, l'assistito e l'ente locale.

Un altro vantaggio verrebbe infine dalla creazione dei gruppi di mutuo-aiuto tra le assistenti iscritte agli albi e/o ai registri, promuovendo azioni di confronto.

Conclusioni

Il progetto "OrmeinForma" è nato dall'urgenza di leggere in modo nuovo la condizione occupazionale delle assistenti familiari. Ogni storia lavorativa femminile indica, a una sua attenta analisi, che si sta innescando una nuova interconnessione tra competenze possedute e identità lavorativa, soprattutto nel lavoro di cura, che ha una forte marginalità socio-professionale, testimoniata dal fatto che queste lavoratrici compiono un lavoro per cui spesso sono sovradimensionate per capitale umano posseduto.

Nonostante questo ambito lavorativo abbia una componente ampia di presenze e di richieste, l'assistente familiare ancora non ha un profilo professionale predefinito e riconosciuto, per questo la formazione può divenire uno strumento strategico per promuovere percorsi di riconoscimento sociale e di qualificazione.

Il nostro progetto ha perseguito questo obiettivo provando ad agire innanzitutto sul protagonismo femminile, cercando di rendere le stesse donne consapevoli in prima persona della loro identità lavorativa. Le narrazioni hanno rivelato la complessità del lavoro di cura, mostrando una professionalità che viene attuata quotidianamente mettendo in gioco competenze di carattere cognitivo-operativo e affettivo-relazionale.

Il percorso che abbiamo compiuto, e che qui si è descritto, riferisce di un ambito del lavoro femminile che non è ancora pienamente dentro i diritti garantiti. Promuovere questa strada significa sperare che per queste donne si completi un percorso verso l'autonomia e la realizzazione professionale, rendendo finalmente visibile il contributo che danno allo sviluppo socio-economico del Paese, facendosi carico di colmare un deficit di cura.

Per chiudere, le parole della filosofa Adriana Cavarero: «da sempre, l'attitudine per il particolare fa delle donne delle narratrici eccellenti [...]. Antica, o moderna, la loro arte si ispira a una saggia ripugnanza per l'astratto universale e consegue a una pratica quotidiana dove il racconto è esistenza, relazione e attenzione» (Cavarero, 1997, p.73).

Riferimenti bibliografici

- Cavarero A., (1997) *Tu che mi guardi, tu che mi racconti*, Feltrinelli, Milano
- Ehrenreich B., Hochschild A.R., (2002) *Donne globali. Tate, colf e badanti*, Feltrinelli, Milano
- Mauceri M.C., Negro M.G., (2009) *Nuovo immaginario italiano. Italiani e stranieri a confronto nella letteratura italiana contemporanea*, Sinnos Editrice, Roma
- Pasquanelli S., Rusmini G., (2008) *Badanti: la nuova generazione. Caratteristiche e tendenze del lavoro privato di cura*, Istituto per la Ricerca Sociale, Milano
- Pasquanelli S., Rusmini G., (2010) “La regolarizzazione delle badanti”, in Network Non Autosufficienza (a cura di), *L’assistenza agli anziani non autosufficienti in Italia – Secondo Rapporto*, Maggioli, Rimini
- Passaniti P., (2012) “I trent’anni che sconvolsero la trama storica del diritto di famiglia (e del lavoro)”, *Diritti, lavoro, mercati*, in corso di pubblicazione
- Pavolini E., (2005) *Il mercato privato dell’assistenza nelle Marche: caratteristiche e ruolo regolativo dell’attore pubblico*, Armal Lavoro Flash, n. 17, Regione Marche, Ancona
- Saraceno C., (2009) “Genere e cura: vecchie soluzioni per nuovi scenari”, la Rivista delle Politiche Sociali, *Journal of Social Policy*, 2/2009, pp. 52-75
- Saraceno C., (2009bis) “Badanti, il welfare che viene dall’Est”, *la Repubblica*, 23 maggio
- Stuppini A., (2011) *La badante alla francese*, www.lavoce.info

IL DEBITO DEL VIVENTE. ASCESI E CAPITALISMO
di E. STIMILLI

Francesco Orazi

Il debito del vivente (Quodilbet, Macerata, 2011) è un libro coraggioso, di quelli che servono carte a giocatori che del gioco hanno smarrito le regole. Il titolo accattivante rimanda alla stringente attualità, ma come si conviene per un filosofo, il presente che evoca non parla tramite numeri o astruse fraseologie tecniche. Elettra Stimilli scava al fondo della cultura giudaico-cristiana, facendosi accompagnare nei meandri dell'archeologia culturale, da un *Virgilio* non filosofico. L'autrice, infatti, sceglie Max Weber come *spirito guida*, confrontandosi a fondo con il concetto di ascesi intramondana calvinista, propulsore di significazione che il grande sociologo tedesco individuerà nell'avvento dell'evo capitalistico. Si tratta di quella modalità dello spirito e del pensiero della Riforma Protestante, che rende ignoti i voleri di Dio e superflue le opere mondane degli uomini ai fini della salvezza. La stessa non è di questo mondo, non è conseguibile per via istituzionale come nella prospettiva cattolica, ma si lega allo sviluppo di un'etica della speranza, a sua volta alimentata dalle azioni conformi al presunto volere di Dio. Un volere che, dunque, si aggancia esplicitamente a un fare, a un'etica della responsabilità, a cui gli uomini probi non possono sottrarsi. Come noto, Max Weber porrà questa *rincorsa etica* alla base dello sviluppo capitalistico moderno.

I termini su cui lavora l'autrice sono ascesi e capitalismo. La prima è ricondotta alla cultura del Cristianesimo dei primordi, come atto di rinuncia a ogni terrena realizzazione della pienezza umana. Il cristiano nasce con le stigmate della Colpa: il tradimento di Dio e del suo dono di salvezza. Questo è il *debito del vivente*, il dispositivo su cui poggiano la cultura giudaico-cristiana e l'*epistemologia* del capitalismo. Il debito è implicito all'esistenza, perché contratto con chi ce ne ha fatto dono. È l'azione auto-finalizzata dell'ascesi, della rinuncia, dell'operare in funzione della mancanza originale, che segna il destino ignoto degli uomini e la loro speranza di salvezza. Il capitalismo non sarebbe altro che il terminale auto-finalizzato di questa azione. La macchina capitalistica che si fa obiettivo in sé, la sua riproduzione come fine senza utilità delle azioni umane. La cosa che si erge a feticcio da adulare. Un mondo alienante e istituente una realtà in cui nomi e sostanze sono indeterminate, dove i Fantasmi delimitano lo spazio del Reale e il godimento invade il campo della legge, azzerando ogni significato del desiderio.

Il libro indaga le radici di questa fenomenologia – individuale e collettiva – dell'essere in difetto, in colpa, in debito senza che ciò dipenda dalla concretezza delle azioni umane. Al contrario, il debito si configura come uno stato preliminare che nessun tipo di scelta consapevole è in grado di emendare. In altri termini, ogni

forma di vita sarebbe plasmata dalle modalità con le quali si fornisce una risposta a tale condizione. Ciò vale sia per chi insegue il flusso del proprio godimento e le estetiche edonistiche del consumo, sia per chi sceglie i percorsi del rigore ascetico. In questi termini, che attengono l'archeologia più profonda della cultura e del pensiero occidentale, religione e economia sottraggono agli individui e alle loro comunità il controllo del proprio destino. Il disvelamento di queste circostanze originarie, di questa *malattia del vivente*, attraverso la decodifica dei sedimenti di sapere che le hanno nel tempo riprodotte, è la sfida che l'autrice lancia nell'articolazione riflessiva del dibattito teorico che informa il libro. Un viaggio vertiginoso in cui si incontrano Sant'Agostino e Nietzsche, Marx e Benjamin, Weber e Foucault, e poi, sullo sfondo, come luoghi impliciti del disvelamento che si vuole operare, i cardini strutturalisti della sociologia e della psicoanalisi: l'idea che il vivere sociale, ovvero la remissione del debito, imponga agli uomini l'esigenza di una subordinazione liberamente scelta. Un sentiero obbligato di conformismo, una necessità di rispettare specifici ordini simbolici alla base della condivisione del senso su cui si istituiscono le società. In tal modo, la libertà emergerebbe come evoluzione graduale della disciplina della civiltà, come esito delle sue limitazioni: un dispositivo di subordinazione liberamente prodotto. In questi termini, ogni regime politico ed economico, ogni sistema sociale è, per gli individui che vi aderiscono, una modalità di limitazione normativa della loro azione volontariamente assunta.

Autori

Franco Arminio è scrittore e paesologo.

Cristiana Colli è ricercatore sociale, curatore di progetti e programmi culturali.

Valerio Cuccaroni, segretario di *Prisma*, è dottore di ricerca, Università degli Studi di Bologna e Université Paris IV-Sorbonne.

Daniele Dieci è ricercatore, Ires Emilia-Romagna.

Guido Ferilli è senior fellow, Università IULM di Milano.

Carlo Fontani è ricercatore, Ires Emilia-Romagna.

Giorgio Mangani, membro del comitato scientifico di *Prisma*, è co-fondatore e direttore della casa editrice Il Lavoro Editoriale.

Valentina Martino è ricercatrice in Sociologia dei processi culturali e comunicativi, Università degli Studi “La Sapienza” di Roma.

Fabrizia Memo è redattrice della rivista online *Tafter.it*.

Francesco Orazi, redattore di *Prisma*, è ricercatore in Sociologia economica, Università Politecnica delle Marche.

Renato Pasqualetti è presidente della Fondazione Orchestra Regionale delle Marche FORM.

Pier Luigi Sacco è professore ordinario di Economia della Cultura, Università IULM di Milano.

Daniele Salvi è responsabile della Segreteria dell’Assessorato Bilancio, Beni e Attività culturali della Regione Marche, e consigliere provinciale PD di Macerata.

Claudia Santoni è dottore di ricerca, Università di Macerata, e presidente Associazione “Osservatorio di Genere”.

Giorgio Tavano Blessi è postdoctoral fellow, Università IULM di Milano

Michele Trimarchi è direttore scientifico della società Monti&Taft.

Hanno commentato questo numero:

Vilma Bontempo è segretaria della Cgil Ancona, già responsabile Settore Lavoratori dello Spettacolo della Cgil Marche.

Luca Piermattei è ingegnere, direttore del Gal Colli Esini.

Velia Papa è direttore della Fondazione Teatro delle Muse e direttore artistico di Inteatro.