

ALMA MATER STUDIORUM - UNIVERSITA' DI BOLOGNA

SCUOLA DI LETTERE E BENI CULTURALI

Corso di laurea in

SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA E SOCIALE

**INCREDIBOL! - L'INnovazione CREativa DI BOLogna, PROGETTO
VOLTO A FAVORIRE LA CRESCITA E LA SOSTENIBILITA' DEL SETTORE
CREATIVO A BOLOGNA E IN EMILIA-ROMAGNA**

Tesi di laurea in

Comunicazione delle Istituzioni Pubbliche

Relatore: Prof Roberto Grandi

Correlatore: Dott.ssa Silvia Porretta

Presentata da: Sandra Tarquinio

Sessione

Anno accademico
2014-2015

INTRODUZIONE

Il frutto di questo elaborato nasce dall'esperienza di un tirocinio curricolare svolto a partire da settembre 2014 presso il Comune di Bologna, nel Dipartimento di Economia e Promozione della Città.

Grazie al mio forte interesse inerente al tema delle città creative e culturali, ho avuto la possibilità di lavorare e di arricchire le mie competenze universitarie, occupandomi inizialmente di alcune parti inerenti alla comunicazione sul progetto Incredibol!- l'Innovazione Creativa di Bologna, un bando proposto appunto dal Dipartimento di Economia e Promozione della Città del Comune di Bologna, volto a favorire la crescita e la sostenibilità del settore creativo a Bologna e in Emilia-Romagna. Esso offre un kit di opportunità a supporto dei progetti imprenditoriali innovativi: uno sportello di orientamento, consulenze, formazione, spazi gratuiti, contributi e altri strumenti per la crescita del settore economico più importante del futuro.

Dopo aver appreso alcune informazioni e dopo aver preso un po' di dimestichezza riguardo agli obiettivi, alle risorse ed ai soggetti che ruotano attorno ad esso, è cresciuta l'idea di svolgere un progetto di tesi, con l'intento di analizzare tutte le varie edizioni (quattro sino ad ora), al fine di ricavare informazioni minuziose e fondamentali per poter comprendere i punti di forza e di debolezza che si sono riscontrati col proseguire degli anni.

Nel capitolo introduttivo è spiegato il contesto di riferimento, quello in cui viviamo oggi, permeato da forte instabilità economica e politica, dove il tema delle industrie culturali e creative non è ancora pienamente insediato e considerato come una priorità, nonostante il valore aggiunto prodotto dalla cultura corrisponda al 15% del totale dell'economia nazionale ed impiega ben 4 milioni e mezzo di persone nel territorio italiano. Un potenziale davvero rimarchevole per il possibile rilancio economico del nostro Paese, soprattutto per il patrimonio storico-artistico dal valore quasi inestimabile di cui disponiamo.

Sono state esaminate alcune importanti ricerche che potessero innanzitutto fornire una definizione chiara e precisa su quelle che sono le industrie culturali e creative e dei settori che ne fanno parte; quelle su cui ci si è focalizzati maggiormente sono state essenzialmente due: la ricerca ERVET del 2012 condotta sulle ICC dell'Emilia-Romagna ed il Libro Bianco sulla Creatività (2009).

Attraverso la ricerca ERVET si è avuto modo di avere dati statistici rilevanti su quelle che sono le industrie culturali e creative in Italia ed in particolare nel territorio emiliano-romagnolo, collocando la posizione della città di Bologna come una delle provincie più importanti, la quale conta circa il 30% del totale regionale di unità locali e addetti. Il capoluogo emiliano-romagnolo è specializzato nelle attività dei media ed industrie culturali, contando quasi il 50% degli addetti nell'editoria, nella stampa, nelle trasmissioni radio-televisive e quasi il 40% nell'audiovisivo. È emerso, inoltre, che nei servizi creativi dell'informatica e nella pubblicità e comunicazione ha un buon livello di specializzazione. Bologna compare al 5°

posto nella graduatoria nazionale per numero di addetti che operano nelle ICC. Non c'è poi da stupirsi con risultati del genere, se prendiamo in considerazione che nel 2000 si era aggiudicata il titolo di Capitale Europea della Cultura.

Alla luce di questi dati si è deciso di analizzare il Libro Bianco sulla Creatività (2009), il quale riesce a fornire una definizione delle industrie culturali e creative particolarmente adatta a descrivere la compagine italiana, suddividendo rispettivamente, i settori in tre ambiti principali di riferimento: cultura materiale, produzione e comunicazione dei contenuti e patrimonio storico-artistico. La suddivisione del Libro Bianco è stata usata anche nelle tre ultime edizioni dei bandi Incredibol!, in modo da avere una suddivisione di categorie dei vari progetti che facevano domanda per partecipare.

Si è proceduto a descrivere il bando Incredibol!, parlando di come è nato e di come si è evoluto nei suoi quattro anni di vita, descrivendo e andando a stilare un resoconto di quelli che sono stati i partner, i vincitori ed i benefici che essi hanno poi ottenuto. Sono descritti meticolosamente molteplici dati e grafici, in modo da avere un quadro complessivo di quello che è cambiato nel corso delle quattro edizioni. Sono state anche fatte delle interviste ad alcuni vincitori, in modo da avere ulteriori elementi sufficienti per poter svolgere un'analisi ancora più approfondita, al fine di migliorare e di andare incontro a quelle che sono e che saranno le esigenze su misura che i partecipanti richiedono ad ogni bando.

E' emerso che l'esperienza della città di Bologna ha avuto risultati molto significativi, oltre ad aver ricevuto due riconoscimenti importanti (Premio Cultura di Gestione promosso da Federculture ed inserimento in una raccolta di best practice nella rete di grandi città europee EUROCITIES), dati fondamentali per far capire come la realtà di questa pubblica amministrazione sia cresciuta ed abbia sviluppato in maniera concreta il fenomeno delle industrie culturali e creative, grazie ad approcci strategici e di integrazione tra settore pubblico e privato. È stato un vero caso di bottom-up all'interno del settore pubblico, costruito giorno per giorno, attraverso una mescolanza di energie e di passioni per mettere in piedi un progetto nuovo e con un nuovo regime di sostentamento che non prevedeva come prioritario il denaro.

Il feedback ricevuto da Incredibol!, riguardo al settore creativo e culturale è stato nettamente positivo. Questo è stato confermato dai dati emersi, sia dagli stessi vincitori e dagli stessi partner, quali hanno avvertito un forte senso di collaborazione e di cooperazione, essendo tutti incentrati allo stesso livello sui medesimi obiettivi. Risulta quindi fondamentale mettere sullo stesso piano gerarchico le istituzioni, i creativi ed i partner, per far evolvere ed ampliare le competenze, le esperienze e le conoscenze, atte poi a garantire risvolti positivi anche per il territorio stesso.

BIBLIOGRAFIA

- AA. VV. “*Creatività e industrie culturali*”. Libro Bianco sulla Creatività, Roma, Commissione sulla Creatività e Produzione di Cultura in Italia, Ufficio Studi, Ministero per i beni e le attività culturali, 2009.
- Commissione Europea “*Le industrie culturali e creative, un potenziale da sfruttare*” - Libro Verde, Bruxelles, 2010.
- Commissione Europea “*The economy of Culture in Europe*”, KEA (European Affairs), 2006.
- ERVET, “*C/C Cultura e creatività – ricchezza per l'Emilia-Romagna*”, Regione Emilia-Romagna, Assessorato Cultura e Sport, Bologna, 2012.
- Fleming T., *Nordic Innovation Centre(NiCe), A Creative Economy Green Paper for the Nordic region*, Oslo, Nordic Innovation Centre, 2007.
- Florida R., *Cities and the Creative Class*, London, Routledge, 2005.
- Florida R., *The Creative Class*, New York, Basic Books, 2002.
- Fondazione Symbola e Unioncamere, Rapporto 2014 “*Io sono cultura – l'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*”, Unione Camere, Roma, 2014.
- Grandi R., Vaccari C., *Elementi di Comunicazione Politica. Marketing elettorale e strumenti per la cittadinanza*, Roma, Carocci, 2007.
- Grandi R., *La comunicazione pubblica. Teorie, casi, profili normativi*. Roma, Carocci, 2007.
- Landry C., Bianchini F., *The Creative City*, Londra, Demos, 1995.
- Santagata W., “*Libro Bianco sulla Creatività. Per un modello italiano di sviluppo*”, Milano, Università Bocconi, 2009.
- Santagata W., “*Cultural districts and economic development*”, Working Paper 1/2004, EBLA Center, University of Turin, 2004.
- Tinagli I., Florida R., “*L'Italia nell'era creativa*”, Milano, Creativity Group Europe, 2005.
- UNESCO, “*Convention on the protection and the promotion of the diversity of cultural expressions*”, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, Parigi, 2005.
- Unioncamere, Ministero per i beni e le attività culturali, Istituto Tagliacarne, “*Il sistema economico integrato dei beni culturali*”, Rotoform, Roma, 2009.
- Utrecht School of the Arts, “*The entrepreneurial dimension of the cultural and creative industries*, Hogeschool voor de Kunsten, Utrecht, 2010.

SITOGRAFIA

- <http://www.cgiamestre.com>
- <http://www.creativwirtschaft.at>
- <http://www.emiliaromagnastartup/creative>
- <http://www.eurocities.eu>
- <http://ec.europa.eu>
- <http://eur-lex.europa.eu>
- <http://www.facebook.com/incredibol>
- <http://www.federculture.it>
- <http://www.incredibol.net>
- <http://www.keanet.eu>
- <http://regione.emilia-romagna.it>
- <http://www.symbola.net>
- <http://www.ufficiostudi.beniculturali.it>
- <http://www.unesco.it>
- <http://www.urbact.eu/creative-spin>