

**ALMA MATER STUDIORUM - UNIVERSITA' DI BOLOGNA**

**SCUOLA DI LETTERE E BENI CULTURALI**

**Corso di laurea magistrale in**

**COMUNICAZIONE PUBBLICA E SOCIALE**

**LA RICERCA DELL'INNOVAZIONE IN AMBITO CULTURALE: NUOVE MODALITÀ DI  
AFFERMAZIONE DELLA CLASSE CREATIVA A BOLOGNA**

**Tesi di laurea in**

**COMUNICAZIONE E MARKETING**

Relatore: Prof. PINA LALLI

Correlatore: dott. ISACCO TURINA

Presentata da: ELISA PALUAN

**Sessione**  
seconda

**Anno accademico**  
2014-2015



## INTRODUZIONE

Fin dagli anni Settanta Bologna ha rappresentato un luogo di aggregazione e riferimento in Italia per i giovani creativi, in particolare grazie alla presenza dell'Università e del corso di laurea in discipline dell'arte, musica e spettacolo, DAMS. Negli ultimi anni, in particolare dal 2010 con la presentazione da parte del Comune di Bologna del bando Incredibol!, la città ha visto un aumento cospicuo di progetti culturali trasformati in progetti imprenditoriali. A ciò si aggiunge una collaborazione, sempre più evidente anche ai non addetti ai lavori, tra imprenditori o aspiranti tali nel campo della cultura e della creatività e le amministrazioni locali, collaborazione che si manifesta in progetti di riqualificazione urbana portati avanti in concerto tra amministratori pubblici e imprenditori culturali e creativi: esempi ne sono l'Hub metropolitano dell'innovazione e della promozione della cultura imprenditoriale, Le Serre dei Giardini, costituito all'interno delle serre comunali dei Giardini Margherita, la nuova ciclostazione Dynamo, punti di servizio per ciclisti, con funzioni di sosta, custodia, officina riparazione, dotati all'occorrenza di servizi accessori di intrattenimento gestita dall'associazione Salvaciclisti, e il progetto in fase di realizzazione denominato Mercato Sonata per la realizzazione di un centro polifunzionale con al centro la musica classica, all'interno degli spazi di un ex mercato rionale.

I soggetti che popolano l'universo dell'imprenditoria culturale appaiono sempre più propensi a costruire progetti caratterizzati da sostenibilità economica e conseguente indipendenza rispetto ai finanziamenti pubblici, e interazione con il territorio. Per definire tale cambiamento nella visione della progettazione creativa e culturale che investe il modo di fare impresa all'interno del settore si è affermata di recente l'espressione *innovazione culturale*. Questo lavoro di tesi prende vita da un periodo di osservazione svolto all'interno di un'impresa creativa e culturale a Bologna, Articulture. Per alcuni mesi ho seguito il processo di creazione di un progetto che persegue l'intento di realizzare innovazione sia attraverso nuove modalità di lavoro che attraverso una co-progettualità con un'istituzione pubblica con l'intento di generare esternalità positive al di là della produzione culturale e creativa. Da tale esperienza si è resa evidente una tendenza generalizzata di progetti imprenditoriali che propongono modelli gestionali partecipativi e innovativi. Attorno ad essi si è sviluppato un ecosistema che ha permesso di rendere visibili e di mettere in contatto realtà molto diverse tra loro, come associazioni e imprese di mercato. Così come Howard Becker intende l'arte come prodotto di un lavoro collettivo, all'interno di mondi strutturati in norme e convenzioni sociali, in una prospettiva che si concentra sui modi in cui "gli elementi simbolici della cultura sono influenzati dai sistemi in cui essi sono creati, distribuiti, valutati, pensati e preservati"

(Peterson, Anand, 2004, p. 311), allo stesso modo le azioni mirate all'innovazione culturale possono essere considerate un'attività collettiva, una catena di cooperazione tra imprenditori, operatori e istituzioni. Becker si rifà ad artisti del passato, chiama in causa artigiani e fabbricanti di materiali, intermediari, pubblici contemporanei e futuri. In questo lavoro si intende porre l'attenzione su questi mondi in cui collaborano soggetti differenti alla realizzazione di progetti culturali e creativi, che abbiano sempre più carattere innovativo e sostenibile. Il quesito dunque a cui ho tentato di rispondere è come riescano le imprese culturali a rinnovarsi in un contesto di continuo cambiamento facendosi portatori di interesse e di come, in particolare, si rapportino alle amministrazioni locali.

Ho dapprima cercato di ricostruire il percorso, non scontato e non lineare, di definizione del settore della cultura e della creatività in ambito economico e come esso sia strettamente connesso alle politiche di sviluppo delle città. Successivamente ho spostato lo sguardo sul lato dell'imprenditoria culturale per analizzarne tratti distintivi e modalità di lavoro, relazioni con le amministrazioni pubbliche e nuove modalità di lavoro attraverso co-working, ossia spazi di lavoro condiviso.

Successivamente ho esposto i risultati dell'analisi empirica condotta su due binari paralleli: da una parte attraverso un'analisi di tre bandi dedicati all'imprenditoria e alla progettazione creativa e culturale. Tali bandi hanno le caratteristiche di intercettare questo ecosistema di idee imprenditoriali o imprese che si muovono in questo ambito di progettazione culturale innovativa; dall'altra ho potuto osservare l'impresa Articolture in fase di progettazione di uno studio di fattibilità per un progetto denominato *Centrale Culturale* che prevede l'insediamento di un team di imprese culturali e creative all'interno di uno spazio pubblico in disuso, volto alla riqualificazione dello spazio in oggetto e alla definizione di nuove forme di collaborazione e co-working. Inoltre ho intervistato imprenditori culturali che hanno portato avanti progetti di rigenerazione urbana nel territorio bolognese, e svolto un lavoro di ricerca sulle varie modalità di interazione dei soggetti facenti parte del mondo dell'innovazione culturale. Il percorso di ricerca è stato duplice anche sul piano dei soggetti coinvolti, da un lato le istituzioni e dall'altro i progettisti, gli imprenditori, coloro che producono e concepiscono progetti nell'ambito della cultura e della creatività.

Nel primo capitolo si intende dare un quadro della definizione del settore delle industrie culturali e creative, settore di origine dell'ecosistema preso in esame. In particolare si affronta il passaggio da imprese culturali a industrie creative che ha segnato i vari tentativi di definizione da parte delle istituzioni internazionali.

Nel secondo capitolo ho tentato di fornire un quadro generale dell'origine del rapporto tra imprese culturali e creative e amministrazioni locali affrontando il tema delle città creative.

Nel terzo capitolo ho preso in esame l'imprenditoria culturale e le sue caratteristiche. In particolare ho tentato di fornire un quadro quanto più esaustivo possibile delle peculiarità dell'imprenditore culturale; inoltre ho analizzato la forma del co-working come struttura lavorativa.

Il quarto capitolo è dedicato alle forme di finanziamento alle imprese culturali da parte di istituzioni pubbliche e private e in particolare ho analizzato tre bandi dedicati.

Il quinto capitolo affronta i risultati della ricerca sul campo, il progetto Centrale Culturale ed esempi di rigenerazione urbana attraverso progetti culturali a Bologna.

## CONCLUSIONI

Il settore culturale e creativo è attualmente oggetto di analisi e ridefinizioni; in particolare, dagli anni '90 si è tentato di dare rilievo al suo contributo strettamente economico con il passaggio dalla nozione di *industrie culturali* a quella di *industrie creative*. Il tentativo fu quello di approcciare le trasformazioni della produzione culturale attraversata da logiche economiche e manageriali, visibili in fenomeni di marketing contemporanei, tra cui la trasformazione delle istituzioni culturali in marchi o sottoposti alle regole del branding (Marti de Montety 2014). Questa chiave di analisi si è tuttavia scontrata, già nelle sue prime formulazioni, con l'esigenza di sottolineare come l'apporto del settore creativo e culturale non si esaurisca nel mero contributo economico.

A livello europeo la strategia di Lisbona ha sancito il ruolo fondamentale attribuito alla settore nel programma di sviluppo socioeconomico, specificando la necessità di costruire *città creative* europee che investano in cultura e creatività. Nel riconoscimento del ruolo di driver di sviluppo è riscontrabile un assorbimento delle industrie culturali e creative nell'insieme più ampio delle politiche d'innovazione (Banks, O'Connor 2009). Le implicazioni di ciò riducono le istanze "speciali ed eccezionali" del settore creativo e culturale a esaurirsi nella strumentalità a favore d'innovazione e sviluppo. In quest'ottica Banks e O'Connor si chiedono dunque se il settore stia entrando in un periodo successivo alle industrie creative.

Il paradigma delle industrie creative definito negli anni '90 ha iniziato a vacillare nel momento in cui lo stesso sistema capitalistico si è dovuto confrontare con temi quali sostenibilità, decrescita e valore sociale. In questo cambiamento di rotta del capitalismo, l'innovatore culturale si fa portavoce di un nuovo corso del settore cercando nuovi stimoli per la realizzazione d'intenti che vanno al di là sia della produzione culturale che della produzione economica. Il settore culturale e creativo, e in particolare gli innovatori culturali, trovano nella crisi del sistema economico e finanziario un ambito in cui crescere e far valere valori di comunità e i temi sociali. Integrano nella valutazione del loro operato impatti territoriali e sociali oltre che economici.

Emerge dunque un legame storico e attuale con la congiuntura economica: dapprima con il neoliberalismo degli anni '80 e '90 che ha portato a una definizione delle industrie culturali in un'ottica di rendimento economico; successivamente con la crisi del 2008, che ha posto nuove dimensioni e obiettivi diversi come la partecipazione e la sostenibilità.

I contorni del settore si fanno oggi più sfumati e permettono da un lato di sperimentare in nuovi ambiti, ma dall'altro pongono una nuova criticità: il rischio di perdere terreno nella difesa delle proprie peculiarità. Per più di una decade la nozione d'industrie culturali e creative ha avuto a che

fare con una ristrutturazione e una modernizzazione in ottica progressista dell'agenda pubblica, con la giustificazione che ciò potesse portare benefici sia alla cultura che all'economia (Banks, O'Connor 2009); gli innovatori culturali si muovono per costruire una nuova definizione del settore che sottolinei l'apporto del settore a livello sociale oltre che culturale ed economico.

In questo percorso si individua una seconda criticità: il rischio che tali azioni si riducano a modalità di comunicazione senza che avvengano effettivi cambiamenti a livello sociale e nascondendo inoltre la possibilità di esclusione sociale e iniquità rispetto ai benefici attesi.

Oggi uno dei temi più ricorrenti nell'ambito dell'innovazione culturale è quello analizzato della rigenerazione urbana. Esso si configura fin dalla definizione delle città creative come modalità di comunicare in un'ottica globale l'agenda pubblica da parte degli amministratori pubblici (Aiello 2011), così come messo in evidenza dall'autrice per il caso della Manifattura delle Arti a Bologna; il lato oscuro di tale operazione definita di "Global(ist) Communication" (Aiello 2011) è rappresentato dal fatto che la rigenerazione dell'area industriale dell'Ex-Manifattura Tabacchi a Bologna si sia tramutata in un'enclave di tipo elitario che esclude parte della popolazione dalla sua fruizione. L'obiettivo di comunicazione globale che si cela dietro alla rigenerazione urbana nel caso descritto porta all'esclusione e all'iniquità nella fruizione di spazi pubblici resi inaccessibili e distanti da fasce della popolazione che non possiedono un bagaglio culturale medio-alto. Evidenza di questo tipo di conseguenze legate alla rigenerazione urbana si riscontra oggi nella sempre più diffusa pratica di frequentazione di tali spazi per aperitivi che rispondono ad una fascia medio alta della popolazione.

Gli innovatori culturali sono parte di quelle che Florida (2002) definisce *classe creativa*: attraverso di essa si generano nuove idee, nuovi contenuti creativi, rivoluzionando i vecchi modi gerarchici e formali di gestire l'economia e il lavoro. Dalla ricerca empirica emerge un'ulteriore caratteristica degli innovatori culturali rispetto alla classe precedentemente descritta, ovvero l'elemento morale: l'intento non è quello di fermarsi allo sviluppo economico, ma si propongono di diventare promotori di nuove pratiche e modalità di gestione del territorio generando impatto sociale e cambiamento. Alla base di questi obiettivi vi è una ricerca di benessere, di miglioramento delle condizioni di vita a livello sociale. L'etica si pone quindi come principale presupposto delle azioni dell'innovatore culturale.

Per raggiungere i propri intenti gli innovatori culturali collaborano in rete condividendo una visione di miglioramento del benessere della città e del territorio. Collaborano in maniera fluida,

attraverso modalità di lavoro anch'esse nuove e innovative individuate in co-working, hub e incubatori.

L'innovatore culturale si muove dunque in quello che Magatti e Gherardi (2014) chiamano "capitalismo a valore contestuale", agendo sull'idea di generare prosperità attraverso una crescita "integrale" (Magatti e Gherardi 2014). L'imprenditore culturale diventa dunque innovatore sociale nel momento in cui, inserito in un contesto come quello della città creativa, agisce secondo presupposti morali che tengano conto e mettano in luce pratiche di crescita sostenibile dal punto di vista economico, sociale e ambientale, e che permettano la generazione di valore sociale oltre che culturale rispettando criteri di sostenibilità economica.

La comunità degli innovatori culturali presenta tuttavia le medesime criticità attribuite alla classe creativa di Florida: gentrificazione, consumo esclusivo da parte della classe medio-alta e obiettivi che si riducono a finalità di marketing territoriale sono alcuni degli aspetti da considerare (Peck 2005). Nel connubio tra ambito culturale e sociale si può rivedere l'ambiguità già riscontrata da Peck (2005) negli argomenti portati avanti da Florida. Gli stessi autori Tinagli e Florida (2005) mettono in guardia la classe creativa sui possibili aspetti negativi insiti in un tipo di crescita in cui conoscenza e creatività siano valorizzate sia economicamente che socialmente.

In *L'ascesa della nuova classe creativa*, si mescolano elitarismo cosmopolita e universalismo pop, l'edonismo e la responsabilità, il radicalismo culturale e il conservatorismo economico, l'inferenza casual e causale, il libertarismo sociale e il realismo di business (Peck 2005). Le città creative sono quindi predicate e progettate per questo terreno liberalizzato, in cui cultura e creatività si configurano come attività competitive in base alla loro utilità economica (Peck 2005). L'introduzione dell'innovazione sociale in ambito creativo e culturale pone in luce una terza criticità: il rischio di respingere le fasce della popolazione più deboli: coloro che non possiedono mezzi simbolici, culturali o economici per accedere a tali innovazioni restano esclusi dal discorso nonostante i presupposti di creazione di coesione sociale e impatto sul territorio.

Infine è da notare come la creazione artistica possa essere relegata a un ruolo marginale, se non strumentale all'etica dell'innovatore culturale. Per portare avanti il discorso dell'innovazione culturale da parte di creativi e innovatori non si devono limitare ad affermare il ruolo all'interno della società ma porre in atto azioni che abbiano concreto impatto sulle comunità circostanti.



## BIBLIOGRAFIA

- Adorno T. W., Horkheimer M. (1944). *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragm*, (trad. it. *Dialettica dell'Illuminismo*, Torino: Giulio Einaudi editore, 2010)
- Adorno, T. W. (1964). *L'industrie culturelle*, Communications, vol. 3.1 p. 12-18.
- Aiello, G. (2011). From Wound to Enclave: The Visual-Material Performance of Urban Renewal in Bologna's Manifattura delle Arti. *Western Journal of Communication*, vol. 75.4, 341-366.
- Banks M. O'Connor J.(2009). After the creative industries, *International Journal of Cultural Policy*, vol. 15.4, p. 365- 373.
- Becker, H. S. (2004). *I mondi dell'arte*. Bologna: il Mulino (ed. or. 1982)
- Belligni S. (2012). *Il momento delle idee*, in Bertacchini E. e Santagata W., *Atmosfera Creativa*, Bologna: Il Mulino, p. 51-69
- Berger, P. L., Luckmann, T., & Innocenti, M. S. (1969). *La realtà come costruzione sociale*. Bologna: Il Mulino.
- Bertacchini, E. e Santagata W. (2012). *Atmosfera creativa*. Bologna: Il Mulino
- Boltanski, L. e Chiapello, E. (2011). *Le nouvel esprit du capitalisme: postface inédite*. Parigi: Gallimard.
- Borello, A. (2012). *Il Business Plan, dalla valutazione dell'investimento alla misurazione dell'attività d'impresa*. Milano: McGraw-Hill.
- Bubendorff, S. (2014). Le financement participatif, dispositif de désintermédiation du processus de création ? Expériences et discours des artistes , *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°15/2a, 2014, p. 21 à 30, consultato il 15 ottobre 2015 , [URL : <http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2014-supplementA/02-Bubendorff/index.html>].
- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. I. Malden, MA, USA: Blackwell Publishers.
- Castells, M. (2000). *The information age: economy, society and culture. Vol. 1, The rise of the network society*. Vol. 1. Oxford: Blackwell, UK [edizione Kindle] disponibile su [www.amazon.it](http://www.amazon.it).
- Caves, R. (2000). *Creative industries. Contracts between arts and commerce*, Cambridge, MA, USA: Harvard University Press.
- Cicerchia, A. (2013). Europa: dalla cultura alla creatività e ritorno. Proposte e dilemmi politici. *Economia della Cultura* Vol. 23.3, p. 297-308.
- Cunningham, S.D. (2002). From cultural to creative industries: Theory, industry, and policy implications. *Media International Australia in Culture and Policy: Quarterly Journal of Media Research and Resources*, p. 54-65.
- Di Donato, F. (2007). Problematiche valutative delle imprese culturali. *Analisi Giuridica dell'Economia* vol. 6.1 p. 119-126.

Ellmeier, A. (2003). Cultural entrepreneurialism: on the changing relationship between the arts, culture and employment. *International Journal of Cultural Policy*, Volume 9.1, p. 3-16

Fiori, Giovanni. (2007). L'impresa culturale: modello e gestione. *Analisi Giuridica dell'Economia* vol. 6.1 p.15-30.

Flew T.(2010). *The Creative Industries: Culture and Policy*. Londra: Sage.

Florida R. (2002). *The rise of the creative class*. New York: Basic Books.

Garnham N. (2005). From cultural to creative industries, *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 11.1

Gherardi L. (2011). *Mobilità ambigua. Per una sociologia dei ceti alti nella società contemporanea*, Bruno Mondadori: Milano

Griswold, W. (1997). *Sociologia della cultura*. Bologna: Il Mulino.

Hesmondhalgh, D. (2007). *The cultural industries* (Seconda Edizione). Los Angeles: SAGE.

Hesmondhalgh, D. e Baker S. (2010). A very complicated version of freedom': Conditions and experiences of creative labour in three cultural industries. *Poetics* Vol. 38.1 p. 4-20.

HKU (2010). *The entrepreneurial Dimension of the Cultural and Creative Industries*, Utrecht: Hogeschool vor de Kunsten Utrecht.

Improta, G. (2007). Il sostegno pubblico all'impresa culturale. *Analisi Giuridica dell'Economia* vol. 6.1 p. 31-40.

Landry, C. (2012) *The creative city: A toolkit for urban innovators*. Londra: Earthscan

Landry, C. e Bianchini, F. (1995). *The creative city*. Vol. 12. Londra: Demos.

Magatti M., Gherardi L. (2012), Sur le renouvellement du capitalisme. Vers un monde soutenable?, *Revue de Mauss*, vol. 39, p. 487-510.

Magatti, M., e Gherardi, L. (2014). *Una nuova prosperità: quattro vie per una crescita integrale*. Milano: Feltrinelli Editore.

Marti de Montety, C. (2014). Les dispositifs de « TV connectée. *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°15/2a, 2014, p. 57 à 66, consultato il 15 ottobre 2015 , URL : <http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2014-supplementA/05-Marti/index.html>.

Miccio, M. (2007). Come comunicare l'impresa culturale, *Analisi Giuridica dell'Economia*, vol. 6.1 p.71-78.

Moriset, B.(2013), *Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces*. [File PDF] disponibile su <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00914075>

Niessen, Bertram M., and Creative Commons (2007) *Città creative: una rassegna critica sulla letteratura e sulle definizioni*. Creative Commons Italia, [File PDF] Disponibile su <https://boa.unimib.it/retrieve/handle/10281/12326/14575/Citta%20Creative%20-%20Niessen.pdf>

Nuvolati, G. (2014). Innovazione sociale, partecipazione e social street. *Eyesreg – giornale di Scienze Regionali*, Vol. 4.130. Milano: Università Bicocca [File PDF] Disponibile su <http://www.eyesreg.it/wp-content/uploads/2011/04/Download-688-Kb.pdf#page=3>

- O'Connor, J. (2006). The cultural and creative industries: a review of the literature, *Creative Partnerships*, Arts Council of England.
- Pratt, A. C. (2008). Creative cities: the cultural industries and the creative class. *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography* p. 107-117.
- Rifkin, J. (2000). *The age of access. The new culture of hypercapitalism, where all of life is a paid-for experience*, New York: J.P. Tarcher/Putnam,; trad. it. *L'era dell'accesso*, Milano: Mondadori
- Sacco, P. L., e Ferilli, G. (2006). Il distretto culturale evoluto nell'economia post industriale. *DADI, Università IUAV WP*, vol. 4.06.
- Santagata, W. (2007) *La fabbrica della cultura : ritrovare la creatività per aiutare lo sviluppo del paese*, Bologna: Il Mulino.
- Santagata, W. (2009) (a cura di) *Libro bianco sulla creatività*, Milano: Università Bocconi Editore
- Scott, A. J. (2006) Creative cities: conceptual issues and policy questions, *Journal of urban affairs* vol. 28.1 p. 1-17.
- Stazio M.(2007). *L'industria culturale. Le industrie culturali. Brani scelti*, New York: Lulu.com. [File PDF] disponibile su <http://www.demos.co.uk/files/thecreativecity.pdf>
- Throsby, C. (2001). *Economics and culture*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Tinagli, I., e Florida, R. (2004). *Europe in the creative age. Creative Class Group-Demos* . [File PDF] Disponibile su [http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/Italy%20in%20the%20Creative%20Age%20\(Italian%20Version\).pdf](http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/Italy%20in%20the%20Creative%20Age%20(Italian%20Version).pdf)
- Tremblay G.(2008) Industries culturelles, économie créative et société de l'information, *Global Media Journal* Vol. 1.1 p. 65-88.
- Turrini A. (2005), Finanziamenti alternativi nei servizi pubblici: i voucher per le istituzioni culturali, *Economia & Management*, vol. 3.
- Valentino P.A. (2013) *L'impresa culturale e creativa: verso una definizione condivisa*, *Economia della Cultura* vol. 3, pp. 273-288
- Valentino, P. (2001). *I distretti culturali. Nuove opportunità di sviluppo del territorio*. Associazione, Civita, Roma.
- Zallo, R. (2009) *Industrias culturales y ciudades creativas*. [File PDF] Disponibile da : <http://ramonzallo.com/wp-content/uploads/2012/02/kreanta-publicacion.Pdf>.

## Documenti

Agenda Cultura Bologna (2015), *Bé Bolognaestate*, consultato il 20 agosto 2015 da [agenda.comune.bologna.it](http://agenda.comune.bologna.it/cultura/bolognaestate), URL : <http://agenda.comune.bologna.it/cultura/bolognaestate>

Amato, G. (2012, 12 novembre). *L'intervento di Amato*, Il Sole24Ore, consultato il 10 settembre 2015 da ilsole24ore.it, URL : [http://www.ilsole24ore.com/art/cultura/2012-11-15/testo-intervento-amato-151558.shtml?uuid=AbY4XD3G&p=2&refresh\\_ce=1](http://www.ilsole24ore.com/art/cultura/2012-11-15/testo-intervento-amato-151558.shtml?uuid=AbY4XD3G&p=2&refresh_ce=1)

Archinà A. (2015, 29 luglio). *Viaggio Nella Puglia Dai «Bollenti Spiriti*, cheFare, consultato il 30 luglio 2015 da che-fare.com, URL : <https://www.che-fare.com/viaggio-nella-puglia-dai-bollenti-spiriti/>

Ask Research Center Bocconi (2014). Report evento *Imprenditorialità culturale, Le condizioni di sostenibilità*, 27 novembre 2014, Milano.

Azzarita, V. (2015, 14 maggio). *La resilienza economica della cultura e della creatività*. Il giornale delle Fondazioni, consultato il 15 Settembre 2015, da ilgiornaledellefondazioni.com, URL : <http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/la-resilienza-economica-della-cultura-e-della-creatività>

Badiali, E. (2014, 27 maggio) Registrazione streaming evento *Work together, right now. Coworking, cooperazione, creatività a confronto su nuovi modi di lavorare*, canale WCAP Bologna, consultato il 10 settembre 2015 da youtube.com, URL : <http://www.youtube.com/watch?v=L4CZjyg7Ghw>

Badiali, E. (2014). *Coworking, cooperazione e creatività*, Slide di presentazione primi risultati ricerca Fondazione Ivano Barberini, [File PDF] Disponibile su [http://www.fondazionebarberini.it/PDF/coworking/SLIDES\\_REPORT\\_ANALISI\\_TEMATICA\\_RICERCA\\_COWORKING.pdf](http://www.fondazionebarberini.it/PDF/coworking/SLIDES_REPORT_ANALISI_TEMATICA_RICERCA_COWORKING.pdf)

Boldrini, G. (2010, 29 giugno) *Presentazione Incredibil!* canale Metacultura, consultato il 10 settembre 2015 da youtube.com, URL : [http://www.youtube.com/watch?v=AbNV\\_SumQg](http://www.youtube.com/watch?v=AbNV_SumQg)

Brewka, B. (2008). *Creative economy report 2008*. New York: Nazioni Unite. [File PDF] Disponibile su [http://unctad.org/en/docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf)

Busacca, M. (2014, 24 giugno). *Coworking come nuovo laboratorio dell'innovazione?*, consultato il 25 agosto 2015 da che-fare.com, URL : <http://www.che-fare.com/coworking-come-nuovo-laboratorio-dellinnovazione/>

Busacca, M. (2015a) *Performatività del welfare? un'analisi delle pratiche e dei discorsi dei coworking plus (co+)*, Colloquio scientifico sull'impresa sociale, 22-23 maggio 2015 Dipartimento PAU (Patrimonio, Architettura, Urbanistica) Università degli Studi Mediterranea di Reggio Calabria. [File PDF] Disponibile su <http://irisnetwork.it/wp-content/uploads/2015/06/colloquio15-busacca.pdf>

cheFare (2013, 1 febbraio). *cheFare1: i numeri della prima edizione del bando*, consultato il 20 agosto da che-fare.com, URL : <http://www.che-fare.com/chefare1-i-neri-della-prima-edizione-del-bando/>

cheFare (2014, 1 aprile). *cheFare2: i numeri della seconda edizione del bando*, consultato il 20 agosto da che-fare.com, URL : <http://www.che-fare.com/chefare2-i-neri-della-seconda-edizione-del-bando/>

cheFare (2015). *Bertram Niessen*, consultato il 13 settembre da, URL : <http://www.che-fare.com/autore/bertram-niessen/>

Codeluppi, A. (2002, 17 aprile). *Ferretti apre la bottega di musica e comunicazione*, consultato il 18

settembre 2015 da Repubblica.it , URL:

<http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2002/04/17/ferretti-apre-la-bottega-di-musica-comunicazione.html>

Commissione Europea (2007). *Comunicazione su un'agenda europea per la cultura in un mondo in via di globalizzazione*. Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni {SEC, 570, consultato il 20 settembre, URL : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52007DC0242&from=IT>

Corbetta, M. (2014, 22 gennaio). *Ecco le startup a vocazione sociale*, Agenda Digitale, consultato il 20 agosto 2015 da agendadigitale.eu, URL : [http://www.agendadigitale.eu/startup/641\\_ecco-le-startup-a-vocazione-sociale.htm](http://www.agendadigitale.eu/startup/641_ecco-le-startup-a-vocazione-sociale.htm)

Culturability (2014, 19 novembre), *Fare insieme in cooperativa*, consultato il 14 settembre da culturability.org, URL : <http://culturability.org/progetti/culturability-fare-insieme-in-cooperativa/>

Culturability (2014a). *Bando Culturability*, consultato il 14 settembre 2015 da culturability.org, URL : <http://culturability.org/bando/>

Culturability (2014c, 1 agosto). *KW Coop: un nuovo spazio per l'estate bolognese*, consultato il 22 settembre da culturability.org, URL : <http://culturability.org/notizie/kw-coop-un-nuovo-spazio-per-per-lestate-bolognese/>

Culturability (2015, 27 febbraio). *Centrale Culturale*, consultato il 21 settembre da culturability.org, URL : <http://culturability.org/progetti-presentati/centrale-culturale/>

Dipartimento Politiche Europee (2009, 3 febbraio). *Anno europeo della creatività e dell'innovazione*, (2009), consultato il 15 luglio da politicheeuropee.it, URL :

<http://www.politicheeuropee.it/newsletter/16380/2009-anno-europeo-della-creativita-e-dellinnovazione>

Doppiozero (n.d.). *Marco Liberatore*, consultato il 10 settembre da doppiozero.com, URL :

<http://www.doppiozero.com/autore/Marco-Liberatore>

Fatti di Cultura (2014). *Programma Fatti di Cultura*, consultato il 20 agosto 2015 da fattidicultura.it, URL :

<http://www.fattidicultura.it/fattidicultura-il-programma/>

Ferretti (2015, 3 ottobre), *Giovanni Lindo Ferretti*, Wikipedia, L'enciclopedia libera, consultato il 4 ottobre 2015 da wikipedia.org, URL : [https://it.wikipedia.org/wiki/Giovanni\\_Lindo\\_Ferretti](https://it.wikipedia.org/wiki/Giovanni_Lindo_Ferretti)

Fondazione Symbola, Unioncamere (2014). *Io sono cultura. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi, Rapporto 2014*. Quaderni di Symbola

Fondazione Symbola, Unioncamere (2015). *Io sono cultura. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi, Rapporto 2015*. Quaderni di Symbola

Franceschinelli R. (2014, 19 settembre). *Tra settembre e ottobre gli appuntamenti RENA sulla cultura*, consultato il 19 settembre 2015 da progetto-rena.it, URL : <http://www.progetto-rena.it/gli-appuntamenti-rena-cultura/>

Franceschinelli, R. e Galloni, C. (15 dicembre 2014). *Presentazione del presidio cultura di Rena*, consultato il 20 settembre 2015 da Slideshare.net, URL : [http://www.slideshare.net/ProgettoRENA/presentazione-del-presidio-cultura-di-rena?qid=2081b840-8270-4b69-bd2d-3726bc12b98e&v=default&b=&from\\_search=1](http://www.slideshare.net/ProgettoRENA/presentazione-del-presidio-cultura-di-rena?qid=2081b840-8270-4b69-bd2d-3726bc12b98e&v=default&b=&from_search=1)

Grandi R. (2012). *Creatività e politiche territoriali*. In *C/C Cultura&Creatività, Ricchezza per l'Emilia-Romagna* (p.17-40) [File PDF] disponibile su [http://cultura.regione.emilia-romagna.it/osservatoriospettacolo/studi-e-ricerche/copy\\_of\\_Rapporto\\_CulturaCreativita\\_19apr2012.pdf](http://cultura.regione.emilia-romagna.it/osservatoriospettacolo/studi-e-ricerche/copy_of_Rapporto_CulturaCreativita_19apr2012.pdf)

Iceberg (n.d.). *Iceberg*, consultato il 14 settembre 2015 da comune.bologna.it, URL : <http://www.comune.bologna.it/iperbole/iceberg/ufficio.html>

Incredibol (2011, 27 settembre). *Incredibol vince il premio speciale Federculture per le politiche giovanili*, consultato il 14 settembre 2015 da incredibol.net, URL : <http://www.incredibol.net/incredibol-vince-il-premio-speciale-federculture-per-le-politiche-giovanili/>

Incredibol (2013, 12 dicembre). *L'innovazione creativa di Incredibol vince a Vilnius*, consultato il 14 settembre 2015 da incredibol.net, URL : <http://www.incredibol.net/linnovazione-creativa-di-icredibol-vince-a-vilnius/>

Incredibol (2013a). *Kilowatt - Progetto Social Innovation Factory*, consultato il 22 settembre 2015 da incredibol.net, URL : <http://www.incredibol.net/i-vincitori-della-terza-edizione/associazione-kilowatt-progetto-social-innovation-factory/>

Incredibol (2014). *Avviso pubblico e moduli Incredibol 2014* [File PDF] Disponibile su <http://www.incredibol.net/wp/wp-content/uploads/2015/01/Per-la-sezione-Download.7z>

Incredibol (2015). *Associazione Senzaspine – Progetto Senzaspine: la bellezza che si può cogliere*, consultato il 22 settembre 2015 da incredibol.net, URL : <http://www.incredibol.net/i-vincitori-della-quarta-edizione/associazione-senzaspine-progetto-senzaspine-la-bellezza-che-si-puo-cogliere/>

Iperbole (2014). *Avviso pubblico ex cabina Enel*, [File PDF] Disponibile su [http://www.comune.bologna.it/media/files/avviso\\_ex\\_cabina\\_enel.pdf](http://www.comune.bologna.it/media/files/avviso_ex_cabina_enel.pdf)

Iperbole (2015, 4 giugno). *Work in progress alle Serre dei Giardini Margherita, un'estate piena di iniziative con Kilowatt Summer*, consultato il 21 settembre da comune.bologna.it, URL : <http://www.comune.bologna.it/news/work-progress-alle-serre-dei-giardini-margherita-unestate-piena-di-iniziativa-con-kilowatt>

Kea (2006). *The economy of culture in Europe*, Commissione Europea. [File PDF] Disponibile su [http://ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf)

Kilowatt (2015). *Le Serre dei Giardini*, consultato il 10 agosto 2015 da kilowatt.bo.it, URL : <http://kilowatt.bo.it/le-serre-dei-giardini/>

Liberatore, M. (2015). *Giù la maschera cheFare*, consultato il 23 giugno 2015 da doppiozero.com, URL : <http://www.doppiozero.com/materiali/chefare/gi%C3%B9-la-maschera>.

Magnani, M.(2015, 29 luglio) *I coworking in Italia: un ecosistema*, consultato il 25 agosto 2015 da che-

fare.com, URL : <http://www.che-fare.com/i-coworking-in-italia-un-ecosistema/>

Mibac (2015). *Tax credit produzione cinematografica (investitori esterni e film stranieri)*, consultato il 10 settembre 2015 da [cinema.beniculturali.it](http://cinema.beniculturali.it), URL :  
<http://www.cinema.beniculturali.it/direzione generale/57/tax-credit-produzione-e-distribuzione/>

Niessen, B. M. (2014), *Oltre le start up culturali*, consultato il 19 settembre 2015 da [doppiozero.com](http://doppiozero.com), URL :  
<http://www.doppiozero.com/materiali/chefare/oltre-le-start-culturali>

Niessen, B. M. e Zanoni, D. (2015) *cheFare: analisi e prospettive tra impresa sociale ed innovazione culturale*. [File PDF] Disponibile su <http://irisnetwork.it/wp-content/uploads/2015/04/2013-niessen-zanoni.pdf>

Nuovepratiche (2014). *NUOVE PRATICHE FEST 1.0*. [iBooks] Disponibile su  
<http://www.nuovepratiche.it/ebook/>

Rapporto Unioncamere-MiBAC (2010). *Sistema economico integrato dei beni culturali*. [File PDF] Disponibile su  
[http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/documents/1288345729406\\_rapp\\_BBCCIntegrato\\_09.pdf](http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/documents/1288345729406_rapp_BBCCIntegrato_09.pdf)

Reardon C. (2010). *Creative economy report 2010 creative economy : A feasible development option*. Ginevra: Nazioni Unite. [File PDF] Disponibile su [http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf)

Rena (2015). *Programma Festival delle Comunità del Cambiamento*, consultato il 15 settembre 2015 da [progetto-rena.it](http://progetto-rena.it), URL : <http://www.progetto-rena.it/festival-2015/#programma-2>

Research Italy (2014). *Executive summary della normativa sulle startup innovative*. [File PDF] Disponibile su [https://www.researchitaly.it/uploads/8121/Executive\\_summary\\_gennaio\\_2014.pdf?v=7fb440d](https://www.researchitaly.it/uploads/8121/Executive_summary_gennaio_2014.pdf?v=7fb440d).

Startup (2015, 13 luglio). *Wikipedia, L'enciclopedia libera*, consultato il 10 settembre 2015 da [wikipedia.it](http://wikipedia.it), URL : [www.wikipedia.org/w/index.php?title=Startup\\_\(economia\)&oldid=73801378](http://www.wikipedia.org/w/index.php?title=Startup_(economia)&oldid=73801378).

SWOT Analisi (2010). *Stato dell'Industria Creativa a Genova*. [File PDF] Disponibile su [http://www.creativecitiesproject.eu/en/output/doc-23-2011/SWOT\\_Genoa\\_IT.pdf](http://www.creativecitiesproject.eu/en/output/doc-23-2011/SWOT_Genoa_IT.pdf)

Taffari G. (2013). *L'impresa culturale: un'impresa sociale?*, consultato il 6 settembre da [doppiozero.it](http://doppiozero.it), URL:  
<http://www.doppiozero.com/materiali/chefare/limpresa-culturale-unimpresa-sociale>

Tenore, F. e Saglia, M. (2012). *Per una rete internazionale di Industrie Creative, Fizz oltre il marketing culturale*. [File PDF] Disponibile su  
[http://www.fizz.it/home/sites/default/files/allegati/articoli/pdf\\_articoli\\_completi/tenore\\_saglia\\_2012.pdf](http://www.fizz.it/home/sites/default/files/allegati/articoli/pdf_articoli_completi/tenore_saglia_2012.pdf)

The Economist (2013, 9 marzo). *The rise of the sharing economy*, consultato il 25 agosto 2015 [economist.com](http://economist.com), URL : <http://www.economist.com/news/leaders/21573104-internet-everything-hire-rise-sharing-economy>

Torresin B. (2010, 11 agosto). *La cabina Enel dei Giardini cerca inquilini giovani e creativi*, La Repubblica Bologna, consultato il 10 settembre da [repubblica.it](http://repubblica.it), URL :

[http://bologna.repubblica.it/cronaca/2010/08/11/news/la\\_cabina\\_enel\\_dei\\_giardini -  
\\_foto\\_cerca\\_inquilini\\_giovani\\_e\\_creativi-6216390/](http://bologna.repubblica.it/cronaca/2010/08/11/news/la_cabina_enel_dei_giardini_-_foto_cerca_inquilini_giovani_e_creativi-6216390/)

UNESCO (1982). *Cultural industries. A Challenge for the future of culture*. Paris: Edizioni Unesco.

Unipolis (2011). *Al via il bando le chiavi del sorriso*, consultato il 14 settembre da [fondazioneunipolis.org](http://fondazioneunipolis.org),

URL : <http://www.fondazioneunipolis.org/notizie/al-via-il-bando-le-chiavi-del-sorriso/#sthash.y6TL4peB.dpuf>.

Venturi, P., Zandonai, F. (2014). (a cura di) *Rapporto Iris Network. L'impresa sociale in Italia. Identità e sviluppo in un quadro di riforma*. [File PDF] disponibile su <http://www.irisnetwork.it/wp-content/uploads/2014/12/Rapporto-Iris-Network.pdf>

Vittori F. (2015). *L'innovazione culturale si prende il proprio spazio*, Il Giornale delle Fondazioni, consultato il 14 settembre 2015 da [ilgiornaledellefondazioni.com](http://ilgiornaledellefondazioni.com), URL :

<http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/linnovazione-culturale-si-prende-il-proprio-spazio>.

## **Interviste**

Intervista 1 – *Giorgia Boldrini*, responsabile Incrediboll!, Comune di Bologna, 8 luglio 2015, Bologna.

Intervista 2 – *Martina Lodi*, co-fondatrice di Ginger, 5 agosto 2015, , Bologna.

Intervista 3 – *Rosanna Spanò*, co-fondatrice di Bam-strategie culturali soc.coop. Co-fondatore ass. cheFare, 30 luglio 2015, Bologna.

Intervista 4 – *Nicoletta Tranquillo*, co-fondatrice di Kilowatt soc.coop., 24 luglio 2015, Bologna.

Intervista 5 – *Marco Liberatore*, cheFare, 7 luglio 2015, Milano.

Intervista 6 – *Roberta Franceschinelli*, project manager Culturability, Fondazione Unipolis, 22 luglio 2015, Bologna.

Intervista 7 – *Matteo Parmeggiani*, Direttore e vice presidente ass. Senzaspine, 9 settembre 2015, Bologna.

Intervista 8 – *Ivan Olgiati*, co-fondatore Articolture s.r.l., 12 agosto 2015, Bologna.

Intervista 9 – *Chiara Galloni*, co-fondatrice Articolture s.r.l., 22 maggio 2015, Bologna.



## SITOGRAFIA

Consultazione avvenuta dal 15 gennaio al 15 ottobre 2015.

<http://culturability.org/>

<http://fondazione-del-monte.it>

<http://kilowatt.bo.it/>

<http://legacoop.bologna.it>

<http://permicro.it/>

<http://www.archibo.it/>

<http://www.articolture.it>

<http://www.bamstrategieculturali.com>

<http://www.banbologna.it>

<http://www.che-fare.com/campagne>

<http://www.comune.bologna.it/iperbole>

<http://www.doppiozero.com/>

<http://www.emiliaromagnastartup.it>

<http://www.fattidicultura.it>

<http://www.fitzcarraldo.it>

<http://www.fondazione-cariplo.it>

<http://www.fondazione-unipolis.org>

<http://www.ideaginger.it>

<http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/>

<http://www.nuovepratiche.it>

<http://www.pantacon.it>

<http://www.senzaspine.com/>

<http://www.studiocapizzi.eu/>

<http://www.sviluppo-economico.gov.it>

<http://www.urbancenterbologna.it/>

<https://madeartis.wordpress.com/>

<https://www.facebook.com>

<https://www.linkedin.com>

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

[www.aster.it](http://www.aster.it)

[www.farelavoro.it](http://www.farelavoro.it)

[www.incredibol.it](http://www.incredibol.it)