

INDICE

XI **Introduzione**

XIII **Ringraziamenti**

PARTE I

L'ITALIA E LA CREATIVITÀ

3 **1 Cultura, creatività, industria**

Walter Santagata, Enrico Bertacchini, Paola Borrione, Aldo Buzio

4 Creatività e qualità sociale: verso un modello italiano

19 Il macrosettore delle industrie culturali e della creatività in Italia

28 Conclusioni

31 **2 Il modello italiano di creatività: il posizionamento internazionale**

Enrico Bertacchini, Aldo Buzio, Sergio Foà, Walter Santagata, Emanuela Scridel

31 L'Italia in Europa e nel mondo

32 Le politiche europee per la creatività e la produzione di cultura

40 Analisi comparata degli approcci alla creatività e alla produzione di cultura

47 Conclusioni

49 **3 Le città creative e il territorio**

Guido Martinotti, Irene Tinagli, Pier Luigi Sacco

49 Il quadro delle trasformazioni dei sistemi urbani nel XX secolo

65 La «geografia della creatività» e il ruolo delle città

68 Città come luoghi di attrazione, consumo e socialità

71 Città come luoghi di produzione e diffusione

- 72 Oltre la produzione e il consumo: come coltivare
gli «ambienti creativi»
- 73 Rischi e dilemmi delle città creative
- 75 Le città italiane: un modello di creatività?

PARTE II

LA CULTURA MATERIALE CONTEMPORANEA

- 81 **Introduzione a una teoria dei beni della cultura materiale**
- 89 **4 Design e cultura materiale**
Tiziana Cuccia, Pier-Jean Benghozi, Andrea Granelli
- 89 Verso una definizione di design
- 92 Alle radici del design in Italia
- 93 Il design nei distretti culturali metropolitani
- 95 Il design nei distretti industriali
- 97 I rapporti di collaborazione tra designer e imprese
- 101 Un caso emblematico: Milano e gli attori del design nel settore
dell'arredamento
- 103 Il design: alcuni numeri
- 107 La formazione dei designer e la tutela della professione
- 109 Conclusioni
- 111 **5 La moda, un'eccellenza oltre il mito**
Walter Santagata, Paola Borrione, Christian Barrère
- 111 La moda come sistema di sistemi
- 112 La moda e il sistema della produzione
- 113 La moda e il mondo della creatività
- 114 Il quadro quantitativo: struttura e trend
- 117 Il settore del fashion design: dalla concezione alla distribuzione
- 123 Il mercato della moda e le sue trasformazioni
- 124 Il cambio generazionale e le case di alta moda
- 125 L'industria del lusso
- 126 La proprietà intellettuale e la contraffazione
- 126 Moda, musei, mostre
- 128 Moda e formazione professionale
- 128 Conclusioni

- 131 **6 L'industria del gusto**
Annalisa Cicerchia, Caterina Federico, Priscilla Altilli, Christian Barrère
- 131 Gusto, alimentazione e cucina: eccellenza italiana a tavola
- 136 La geografia del gusto
- 139 La filiera
- 150 Pirateria agroalimentare tra sofisticazioni e violazioni del disciplinare
- 152 Conclusioni

PARTE III

LE INDUSTRIE DEI CONTENUTI E DELL'INFORMAZIONE

- 157 **Introduzione a una teoria dei beni delle industrie dei contenuti e dell'informazione**
- 163 **7 Il cinema italiano**
Severino Salvemini con la collaborazione di Francesco Casetti, Armando Fumagalli, Andrea Rocco
- 163 Un rimbalzo promettente
- 165 Un modello di business diverso
- 167 Aspettative degli spettatori più chiare
- 169 Il mercato del cinema
- 190 La produzione di fiction televisiva e la sua ricaduta sul territorio
- 193 L'attività delle film commission
- 195 Conclusioni
- 195 Appendice
- 201 **8 Televisione, radio ed editoria**
Peppino Ortoleva
- 201 Osservazioni generali
- 209 I singoli settori: editoria e broadcasting
- 217 Conclusioni
- 221 **9 Computer, software e ICT**
Cristiano Antonelli, Francesco Quatraro, Aldo Buzio
- 221 Introduzione
- 224 Le origini delle tecnologie dell'informazione
- 227 Il caso italiano
- 239 Conclusioni

243 **10 Branding, comunicazione e pubblicità***Stefano Rolando, Ariela Mortara*

243 Il pregresso dell'esperienza italiana

248 Creatività e comunicazione in Italia oggi

263 Conclusioni

PARTE IV

IL PATRIMONIO STORICO E ARTISTICO

267 **Introduzione a una teoria dei beni del patrimonio storico e artistico**271 **11 Il patrimonio culturale***Martha Friel, Guido Guerzoni, Walter Santagata, Paolo Leon, Andrea Granelli*

271 Creatività, patrimonio culturale e industria culturale

273 Il patrimonio come industria culturale

277 Turismo culturale e città d'arte

280 L'impatto economico delle istituzioni e degli eventi culturali

286 L'aumento della domanda di visitatori

291 Conclusioni

295 **12 Architettura e identità culturale***Erminia Sciacchitano*

295 La sfera creativa

296 Creatività e qualità architettonica

299 Il modello italiano

306 I mattoni della creatività

308 Le ali della creatività

315 Conclusioni

321 **13 Musica e spettacolo: il palcoscenico dimezzato***Michele Trimarchi, Alessandra Puglisi*

321 Spettacolo dal vivo e creatività

323 L'opera lirica, italiana ma non troppo

326 La struttura produttiva: fasti di scena e vincoli sindacali

329 Entrate e spese delle fondazioni liriche

332 Lo spettacolo dal vivo: riflettori sulla burocrazia

- 335 La formazione per lo spettacolo: «Un somaro, ma solenne!»
- 338 Verso una legge di riforma
- 340 L'industria discografica tra debolezze e potenzialità
- 343 Conclusioni
- 347 **14 L'arte contemporanea**
Pier Luigi Sacco, Angela Vettese
- 347 Motore e specchio del cambiamento post-industriale
- 349 Effetti di selezione: l'Italia nel contesto internazionale
- 351 Elementi per una politica del contemporaneo in Italia
- 354 Difficoltà dei giovani artisti italiani e carenze del sistema formativo
- 359 I riflessi sul collezionismo
- 361 Le aziende e l'arte contemporanea
- 362 I musei e la costruzione del pubblico dell'arte contemporanea
- 364 Un radicale cambiamento di linguaggio
- 368 Conclusioni
- 371 **Conclusioni: strategie e azioni per la crescita**
Cristiano Antonelli, Enrico Bertacchini, Annalisa Cicerchia, Tiziana Cuccia, Martha Friel, Andrea Granelli, Guido Guerzoni, Paolo Leon, Peppino Ortoleva, Stefano Rolando, Pier Luigi Sacco, Severino Salvemini, Walter Santagata, Erminia Sciacchitano, Emanuela Scridel, Michele Trimarchi
- 371 Ambizioni e Decisioni fondamentali
- 380 Le città creative e il territorio
- 382 Valorizzare la cultura materiale come segno italiano di eccellenza
- 391 Dare spazio alla creatività nel mondo dell'informazione, delle comunicazioni e della produzione di contenuti
- 397 Valorizzare il patrimonio storico e artistico
- 405 **Gli autori**
- 407 **Bibliografia**