

**PIER LUIGI SACCO**

è professore di Economia della Cultura presso l'Università IULM di Milano, Senior Researcher presso il metaLAB (at) Harvard e Visiting Scholar presso la Harvard University. È membro del Comitato Tecnico-scientifico per i Musei e l'Economia della Cultura del MIBACT, dello Scientific Advisory Group di European Foundation e dell'International Advisory Board del Segretariato per la Ricerca, Sviluppo e Innovazione della Repubblica Ceca. pierluigi.sacco@iulm.it

**EMANUELE TETI**

è docente presso l'area ACFAI della SDA Bocconi e docente di Finanza Aziendale, Venture Capital e Project Financing al triennio e al biennio dell'Università Bocconi. Ha conseguito il PhD alla London Metropolitan University. emanuele.teti@sdabocconi.it

Cultura 3.0: un nuovo paradigma di creazione del valore

In questo saggio proponiamo un approccio innovativo al tema della generazione del valore economico attraverso la cultura, mostrando come siano esistiti nel tempo tre differenti paradigmi (mecenatismo, industrie culturali e creative, piattaforme digitali aperte), che oggi convivono caratterizzando il funzionamento di differenti settori culturali. Il saggio illustra inoltre come nella situazione attuale, in conseguenza della coesistenza dei tre paradigmi e in particolare del cosiddetto paradigma della Cultura 3.0, esistano otto canali distinti attraverso cui la cultura produce valore economico in modo indiretto, con rilevanti effetti macroeconomici. Un'integrazione di tali effetti all'interno delle politiche pubbliche così come delle strategie d'impresa può produrre effetti di notevole importanza in molti settori economici.

Parole chiave: economia, cultura, valore economico, approccio a otto dimensioni, industrie creative

Culture 3.0: A New Paradigm of Value Creation

This paper introduces an innovative approach to the issue of the creation of economic value through culture, showing how there have historically been three different paradigms (patronage, cultural and creative industries, digital open platforms), which currently coexist, characterizing the functioning of different cultural sectors. The paper moreover illustrates how in the current situation, as a consequence of the coexistence of the three paradigms, and in particular of the so-called Culture 3.0 paradigm, there are eight different channels through which culture generates economic value indirectly but with relevant macroeconomic effects. An integration of such effects within public policy as well as corporate strategy may bring about very relevant effects in many economic sectors.

Keywords: economics, culture, economic value, eight-tier approach, creative industries

Secundo il senso comune, più che produrre valore economico, la cultura assorbe e utilizza valore prodotto altrove, soprattutto sotto forma di risorse pubbliche. E questo è sicuramente vero per alcuni settori della produzione culturale che non potrebbero esistere, o quantomeno esprimere pienamente le proprie potenzialità, in assenza di una quota consistente di trasferimenti di risorse pubbliche. Un museo, per esempio, non può e non potrà mai essere un'azienda che produce profitti, e anche i musei meglio gestiti e capaci di attrarre grandi flussi internazionali di visitatori non sarebbero in grado di assicurare nemmeno il pareggio di bilancio, se dovessero contare unicamente sulle proprie entrate. Persino quando i trasferimenti provengono in prevalenza non dal pubblico ma da privati, come avviene per esempio tipicamente nel contesto anglosassone, bisogna comunque tenere a mente che dietro le scelte mecenatistiche dei privati ci sono facilitazioni fiscali che riflettono, implicitamente, un'allocazione di risorse pubbliche (Wu 2002).

Ma la produzione culturale e creativa interessa molti diversi settori, estremamente eterogenei quanto a capacità di produzione di valore economico. Negli ultimi anni, la percezione di «passività economica» della cultura si è parzialmente attenuata con la rapida crescita del settore delle industrie culturali e creative, e soprattutto con la consapevolezza del loro peso economico e occupazionale, che si è iniziata a diffondere in Europa a partire dalla metà dello scorso decennio. Grazie alla sempre più frequente pubblicazione di studi volti a misurare l'impatto economico della cultura in Europa, sullo slancio della profonda impressione prodotta dal *Rapporto Figel* (KEA 2006), è ormai assodato che l'ordine di grandezza del valore aggiunto prodotto dalla cultura è paragonabile, e in parecchi casi superiore, a quello dei più importanti e riconosciuti settori economici europei. Allo stesso modo, questi studi mostrano come la cultura abbia una notevole capacità di creazione di posti di lavoro (con caratteristiche fortemente specifiche) e produca altresì una significativa spinta anti-ci-

clica, che viene mortificata e spesso vanificata dai sistematici tagli operati al settore proprio durante i momenti più difficili della congiuntura economica.

L'ulteriore accelerazione prodotta dalla nuova economia delle piattaforme digitali aperte e dalla rapida crescita delle super-multinazionali *digitally driven* che danno alla produzione e alla distribuzione di contenuti culturali e creativi un elevato valore strategico, quando non addirittura un ruolo centrale all'interno del proprio modello di business (a partire dalle Big Four: Apple, Google, Facebook e Amazon), nonché dal grande peso attribuito al settore nelle strategie di sviluppo delle economie del Far East asiatico (Cina, India, Giappone e Corea del Sud soprattutto, per non parlare di Hong Kong e Singapore), sta rapidamente rendendo l'economia della cultura un «tema caldo» per le politiche industriali del prossimo futuro.

Un altro elemento di forte dinamismo è costituito dal fatto che la rivoluzione tecnologica nell'ambito delle piattaforme digitali di produzione e disseminazione dei contenuti culturali e creativi non ha soltanto facilitato l'accesso ai contenuti, ma anche la loro elaborazione, rendendo estremamente accessibili, tanto economicamente quanto in termini di usabilità, gli strumenti per la creazione di ogni tipo di prodotto culturale: dalle immagini fisse a quelle in movimento, dalla musica alla fotografia, dalla multimedialità al design. I beni e i servizi ottenuti attraverso queste nuove forme di produzione non vengono necessariamente venduti sul mercato. Molto spesso la loro circolazione avviene all'interno di comunità di pratica di *prosumers* il cui principale interesse è il riconoscimento e l'apprezzamento dei pari. E tuttavia, anche in questo caso la produzione culturale e creativa può contribuire sostanzialmente, per quanto in modo indiretto, a generare valore economico, attraverso forme e canali fortemente innovativi e fondati sull'interazione tra la cultura e altre sfere di creazione del valore.

Siamo dunque di fronte a una rivoluzione importante, grazie a cui il ruolo della cultura nelle catene del valore assumerà un peso

sempre più centrale, ma che allo stesso tempo è ancora mal compresa e mal percepita da molti decisori chiave, soprattutto in un paese come l'Italia, in cui il ragionamento sul valore economico della cultura si concentra ancora principalmente sul tema della valorizzazione del patrimonio artistico e culturale, ovvero su uno dei settori che presenta dei limiti intrinseci di industrializzazione, sollevando allo stesso tempo problematiche importanti di conservazione e tutela che pongono limiti spesso seri e giustificati alla stessa valorizzazione. Il dibattito italiano sulla valorizzazione economica della cultura soffre quindi di «concretezza mal posta»: si concentra cioè su elementi concreti ma impropri rispetto a quelli decisivi per comprendere – e mettere a valore – i fattori che contribuiscono più attivamente all'impatto economico della cultura.

Ciò non significa che i settori economicamente meno redditizi o addirittura dipendenti dai trasferimenti pubblici o privati, come per esempio le arti visive, la maggior parte dello spettacolo dal vivo e lo stesso patrimonio storico-artistico, ivi compresi i musei e gli archivi, non abbiano importanza in una visione della cultura come leva di sviluppo economico. Tali settori giocano anzi un ruolo centrale in quanto rappresentano, da un lato, ricchissimi repertori di conoscenza e di valore estetico-culturale, e dall'altro operano come piattaforme di innovazione che sperimentano costantemente nuovi dispositivi concettuali, codici linguistici, strutture di senso che nel tempo finiranno per informare di sé, spesso ad anni o decenni di distanza, le produzioni dei settori più orientati al mercato.

Nel ragionare sull'impatto economico della cultura diventa quindi importante, se non indispensabile, evitare di cedere alla tentazione della strumentalità, ancorando cioè la valutazione all'impatto economico diretto e immediato di una determinata forma di produzione culturale. La produzione di valore economico attraverso la cultura segue logiche strutturali particolarmente complesse, che stanno portando gli studiosi più accorti a ragionare in termini di «ecologie culturali», più che di singoli mercati. E un ragionamento di que-

sto tipo diviene particolarmente importante in una fase di forte contrazione della spesa pubblica per la cultura nella maggior parte dei paesi socio-economicamente avanzati come effetto del perdurare della crisi economica globale.

Per cogliere al meglio le opportunità offerte dal nuovo scenario bisogna quindi in primo luogo sviluppare un apparato concettuale innovativo che permetta di comprendere in modo rapido e intuitivo le specificità delle modalità di produzione del valore economico nel contesto culturale, orientando così le scelte e le decisioni degli attori pubblici e privati. È questo lo scopo principale del nostro articolo.

Dalla Cultura 1.0 alla Cultura 3.0

Molta della confusione e dei malintesi che si generano attorno al tema della capacità di creazione di valore economico della cultura dipende dalla mancata messa a fuoco di tre regimi fondamentalmente diversi di produzione che operano simultaneamente, in settori diversi, nell'ambito culturale e creativo, e che sono il risultato di una complessa stratificazione storica e tecnologica. Li chiameremo, rispettivamente, i modelli della Cultura 1.0, 2.0 e 3.0.

La Cultura 1.0: il mecenatismo

Il regime più antico e consolidato di produzione culturale nel quale la figura dell'artista/produttore culturale è socialmente riconosciuta come tale è quello del mecenatismo. È un regime tipico dell'economia pre-industriale, nella quale non esistono le condizioni tecnologiche per la riproducibilità dei contenuti culturali, e in cui quindi la produzione diviene estremamente costosa, limitata nella circolazione, e riservata a un'élite di privilegiati: *in primis* per l'appunto il mecenate, che utilizza le proprie risorse per assicurare all'artista/produttore culturale i mezzi necessari per svolgere il suo lavoro, che verrà quindi messo a disposizione del mecenate stesso. Nel regime mecenatistico la cultura non può essere considerata un settore economico in quanto mancano le condizioni per dare luogo a un mercato organizzato – anzi, la cultura va intesa come un'atti-

vità che assorbe risorse economiche prodotte nei settori economicamente attivi, per esempio il commercio, l'agricoltura o la stessa politica. In questo modello si consolida l'idea dell'artista/produttore culturale che, proprio perché sottratto alla necessità di commercializzare le proprie opere grazie al sostegno del mecenate, può occuparsi soltanto della sua arte, evitando ogni «contaminazione» con il mondo economico. Nelle versioni più tarde del mecenatismo, soprattutto dopo la Rivoluzione Francese, lo stato stesso assume il ruolo di «mecenate pubblico», evolvendo verso forme sempre meno personalizzate e più formalizzate, attraverso l'intermediazione degli esperti che fungono da *gatekeepers*, e trasformando così l'azione mecenatistica in una vera e propria politica culturale a sostegno dei settori che mantengono una limitata capacità di organizzazione in forma di mercati.

Il regime delle industrie culturali e creative prende pienamente forma soltanto a cavallo tra il XIX e il XX secolo

Nel regime della Cultura 1.0, la valutazione dell'impatto economico della cultura è quindi quasi un controsenso. La visione secondo cui la cultura non è in grado di generare flussi significativi di valore economico soffre dunque di una forte distorsione di prospettiva: si limita a considerare il regime della Cultura 1.0 e quindi la necessità di un supporto mecenatistico, ormai obsoleto in molti settori della produzione culturale. Gli ambiti culturali nei quali questo regime continua a essere molto rilevante sono quelli che non possono o non vogliono, per specifiche ragioni, avvantaggiarsi delle possibilità offerte dalla riproducibilità tecnica dei contenuti, vale a dire gran parte delle arti visive, dello spettacolo dal vivo e del patrimonio storico-artistico – settori che, come si è detto, malgrado la loro capacità limitata di produrre valore economico (se si escludono le produzioni teatrali

e performative e gli artisti visivi di maggior successo), mantengono in ogni caso un'enorme importanza nell'ecologia complessiva della produzione culturale.

La Cultura 2.0: le industrie culturali e creative

Il regime delle industrie culturali e creative prende pienamente forma soltanto a cavallo tra il XIX e il XX secolo, quando una rapida sequenza di innovazioni sociali – la forte urbanizzazione conseguente all'avanzare della rivoluzione industriale, e quindi la creazione dei primi mercati di massa – e tecnologiche – l'impressionante sequenza di nuove tecnologie che nel giro di pochi anni rendono possibili la fotografia, la musica registrata, la radio, il cinema e le moderne tecniche di stampa – creano finalmente le condizioni per un'ampia riproducibilità dei contenuti culturali con costi di produzione relativamente contenuti, e allo stesso tempo si incontrano con una domanda quantitativamente ampia, sempre più istruita, desiderosa di accedere a contenuti culturali, e dotata

di produzione relativamente contenuti, e allo stesso tempo si incontrano con una domanda quantitativamente ampia, sempre più istruita, desiderosa di accedere a contenuti culturali, e dotata

ta del tempo e della disponibilità economica necessari a dar vita ai mercati culturali stessi. Si assiste così a un'impressionante proliferazione quantitativa dei prodotti culturali, che raggiunge pubblici sempre più ampi a prezzi sempre più accessibili. La cultura diventa pertanto un vero e proprio settore economico, che si colloca all'interno del più ampio meta-settore dell'intrattenimento. I principali comparti dell'industria culturale diventano il cinema, la radio, la musica e l'editoria, successivamente integrati dalla televisione (e molto più tardi dai videogiochi). Nascono anche le industrie creative, che si differenziano da quelle culturali per l'integrazione tra la componente creativa e quella funzionale extraculturale: nascono così il design, la moderna progettazione architettonica e, nel giro di poco tempo, anche la comunicazione e la pubblicità.

Nel regime dell'industria culturale e creati-

va, la cultura è ora in grado di produrre profitti anche molto consistenti. Ma dal punto di vista geografico, se la culla del mecenatismo è principalmente l'Europa, l'industria culturale e creativa fiorisce soprattutto negli Stati Uniti. L'Europa, infatti, legge l'avvento della Cultura 2.0 attraverso la lente della Cultura 1.0, e guarda con sospetto alla massificazione della produzione dei contenuti culturali, che contraddice i criteri selettivi di qualità su cui i *gatekeepers* hanno costruito la giustificazione delle scelte pubbliche di committenza culturale, e in particolare mette in discussione la contrapposizione tra una cultura «alta», che rispetta gli standard più elevati e merita le risorse pubbliche, e una cultura «bassa», che al contrario non si attiene ai canoni e non viene sostenuta dal mecenate pubblico. È per questa ragione che, in Europa, per avere i primi studi sull'impatto economico dell'industria culturale e creativa bisognerà aspettare la metà del decennio scorso. È per la stessa ragione che gli Stati Uniti diverranno rapidamente, pressoché senza concorrenti, i leader globali del nuovo settore industriale, creando un divario competitivo rispetto all'Europa che quest'ultima non sarà più in grado di recuperare. È da questa situazione di eccezionale vantaggio competitivo che nascono i giganti dell'industria culturale americana: gli *studios* hollywoodiani, i grandi gruppi editoriali della Costa Orientale, le grandi case discografiche, i grandi gruppi radiotelevisivi, che nelle fasi mature del regime della Cultura 2.0 convergeranno verso gruppi industriali e modelli produttivi sempre più ibridi e articolati.

La Cultura 3.0: le piattaforme digitali aperte

Il regime della Cultura 2.0 non ha ancora raggiunto il secolo di vita che già una nuova ondata di innovazione sociale e tecnologica crea le condizioni per l'emergere del regime successivo. L'innovazione sociale scatenante è la proliferazione delle sottoculture, che trasformano i grandi mercati culturali di massa della fase apicale della Cultura 2.0 in un ecosistema di nicchie culturali sempre più specifiche e differenziate, che fanno riferimento a specifiche culture urbane e a particolari profili socio-demo-

grafici ed economici. L'innovazione tecnologica che diviene l'elemento scatenante per l'avvento del nuovo regime è la rivoluzione digitale, nella doppia accezione delle tecnologie digitali che permettono di produrre qualunque tipo di contenuto culturale (musica, fotografia, immagini in movimento, multimedialità evoluta, giochi ecc.) in modo semplice ed economico, abbattendo drammaticamente i costi e migliorando altrettanto drammaticamente l'usabilità dell'attrezzatura tecnica specializzata necessaria per la produzione di standard semiprofessionali o professionali, e dei social media di seconda generazione, che abbinano alle grandi piattaforme generaliste (Facebook, Twitter) quelle sempre più specializzate nelle specifiche sfere culturali e creative (Instagram, Flickr, Soundcloud ecc.), oppure al contrario le piattaforme specializzate di contenuti che sviluppano una componente social sempre più pronunciata (YouTube, Spotify, Netflix ecc.). L'aspetto più significativo del nuovo regime non è l'abbattimento di barriere sul lato della domanda, che era stato già pienamente compiuto con lo sviluppo della Cultura 2.0, quanto quello dal lato dell'offerta: se nei modelli avanzati della Cultura 2.0 la distinzione tra produttori di contenuti culturali e pubblico è ancora pienamente significativa e operante, con l'avvento della Cultura 3.0 tale distinzione si fa sempre più sfumata, e tutti passano con fluidità, naturalezza e interscambiabilità da una posizione di fruitori di contenuti prodotti da altri a quella di produttori di contenuti propri, e viceversa.

Nel nuovo regime, la distribuzione dei contenuti culturali non passa più necessariamente attraverso il mercato, ma segue anche logiche di condivisione e scambio sociale nelle quali al pagamento di un prezzo si sostituisce spesso una donazione spontanea per sostenere processi di produzione che si apprezzano e in cui ci si identifica. In particolare, la transizione al nuovo regime mette seriamente in discussione il paradigma della protezione della proprietà intellettuale, in quanto le nuove tecnologie rendono facili e interessanti per i nuovi *prosumers* culturali la rielaborazione e il remix di contenuti prodotti da altri: una situazione che entra rapidamente in con-

flitto con gli interessi dell'industria culturale globale, soprattutto quella statunitense, e fa sì che gli Stati Uniti, analogamente a quanto avvenuto in Europa con l'avvento della Cultura 2.0, assumano verso il nuovo regime un atteggiamento sospettoso e difensivo, pur essendo stati (così come l'Europa per la Cultura 2.0) tra i principali artefici dell'innovazione tecnologica che ha reso la Cultura 3.0 possibile. La leadership globale nella produzione dei nuovi contenuti potrebbe quindi gradualmente spostarsi verso i paesi che mantengono un atteggiamento più aperto e possibilista verso la protezione della proprietà intellettuale, e che allo stesso tempo sviluppano un'industria culturale e creativa i cui modelli di business sono meno dipendenti dalla difesa del copyright – in primo luogo, i paesi dell'Estremo Oriente: Giappone (che diviene la culla della nuova *fan-culture* centrata sui manga e sugli anime), India, Corea del Sud (la vera potenza produttiva emergente nel nuovo regime) e in prospettiva, malgrado le limitazioni imposte alla libertà di espressione, la Cina. L'Europa, che ha in larga misura «perso il treno» della Cultura 2.0, è ancora in una fase interlocutoria rispetto alle possibilità del nuovo regime, che sono viste molto favorevolmente nei paesi nordici, con maggiore diffidenza nell'Europa centrale e meridionale. È in ogni caso già piuttosto chiaro che la Cultura 3.0 sta ridefinendo rapidamente la geografia globale della produzione culturale e creativa e sta imponendo una forte accelerazione alla trasformazione dei modelli di business dell'industria culturale e creativa, nonché dei modelli di fruizione degli stessi settori culturali a forte sussidio pubblico.

La struttura del sistema della produzione culturale si articola dunque oggi sulla coesistenza di tre regimi molto diversi tra loro, che regolano sfere culturali distinte, con qualche parziale sovrapposizione. Ci sono sfere di produzione economica che non potrebbero sopravvivere senza il sostegno pubblico; altre che sono fortemente organizzate in modo industriale e producono profitti, in alcuni casi piuttosto consistenti; e altre ancora, il cui panorama è in piena evoluzione e cambia qua-

si di mese in mese, nelle quali la produzione e la circolazione passano sempre più attraverso canali diversi dal mercato, definendo modelli di sostenibilità innovativi come il crowdfunding culturale. Per cui è evidente che chiedersi genericamente se la cultura produca valore economico, e quanto, è poco sensato: bisogna capire di quali forme di produzione culturale si tratta, e del regime che ne regola in prevalenza il funzionamento. Ma il punto è che, in questa complessa coesistenza tra regimi che non sono tra loro sostitutivi ma complementari, è la stessa produzione di valore economico a non dover passare più necessariamente attraverso il mercato. Nelle sezioni che seguono vedremo come, e perché.

Il valore economico netto del progetto culturale

La valutazione economica dei progetti di investimento nei settori profit tradizionali si avvale di metodologie ampiamente testate, che effettuano la stima del valore economico addizionale netto generato al tempo zero dai flussi di cassa incrementali che l'iniziativa sarà in grado di determinare negli anni successivi:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{FC_t}{(1+k)^t} - FC_0$$

dove:

- FC_t = flussi di cassa incrementali generati dal progetto;
- FC_0 = flusso di cassa derivante dall'investimento, ipotizzato per comodità espositiva come interamente effettuato all'anno zero;
- t = intervallo di tempo utilizzato per la misurazione dei flussi, tipicamente l'anno;
- n = ultimo anno in cui i flussi incrementali saranno generati;
- k = tasso di attualizzazione, espressione del costo opportunità dei capitali impiegati.

La riconosciuta credibilità e il conseguente ampio utilizzo di metodologie basate sulla formula sopra riportata per la valutazione economica dei progetti profit in settori tradizionali si fonda sul presupposto che sia possi-

bile identificare, e stimare in termini monetari, i flussi di cassa incrementali che il progetto analizzato sarà in grado di determinare successivamente alla sua attuazione.

In molte sfere della produzione culturale, i flussi di cassa tangibilmente quantificabili a seguito dell'attuazione di un progetto culturale sono spesso inferiori o comunque di entità tale da non giustificare in termini di costo opportunità lo sforzo monetario sostenuto. Ma anche nei settori più industrializzati, che operano sotto il regime della Cultura 2.0, tali flussi di cassa, per quanto in alcuni casi molto rilevanti, sono talmente incerti da rendere l'investimento fortemente rischioso. I grandi profitti dell'industria culturale non sono infatti distribuiti equamente su molti prodotti e produttori, ma al contrario si concentrano quasi esclusivamente su sottoinsiemi molto ristretti, che però in molti casi è pressoché impossibile individuare a priori, rendendo l'attività imprenditoriale nel settore quasi una lotteria. È evidente quindi che, per operare in un ambito così rischioso, devono esistere motivazioni che non possono essere riducibili soltanto al profitto. Chi opera imprenditorialmente nella cultura lo fa spesso in primo luogo per la ricchezza esperienziale delle situazioni in cui ci si trova coinvolti: le forti personalità degli artisti e dei professionisti creativi, l'imprevedibilità delle situazioni, la complessità sfidante dei processi produttivi, la continua evoluzione dei prodotti e dei mercati.

La principale motivazione che giustificerebbe la realizzazione di progetti in questi campi sarebbe quindi di tipo non economico, e consisterebbe nell'alimentazione e nel rafforzamento di valori non tangibili, e non quantificabili in termini monetari (il senso di identità collettiva, determinate forme di coesione sociale, l'acquisizione di competenze cognitive, e così via): tutti benefici supportati, a livello individuale, da un livello di utilità marginale non decrescente, come avviene per la

maggior parte dei beni e servizi di consumo, ma al contrario crescente all'aumentare della fruizione, anche grazie a forme di apprendimento connesso all'ampliarsi della base esperienziale culturale (*learning-by-consuming*).

Il conflitto persistente tra «il punto di vista della cultura» e quello dell'economia è dunque attribuibile al fatto che il primo nutre solitamente uno scarso interesse verso le implicazioni di tipo economico che la realizzazione o la fruizione di un bene artistico o culturale può generare per la collettività, premiando la dimensione artistica, simbolica ed esperienziale – e questo vale in larga misura anche in un regime come quello della Cultura 2.0, nel quale gli artisti cercano in genere, non appena possono, di assicurarsi una piena autonomia creativa, libera dai condizionamenti del mercato. Al contrario, gli economisti e gli investitori di capitale di rischio faticano a individuare, sulla base degli schemi di ragionamento loro familiari, il beneficio in termini economici che giustificerebbe l'allocazione di risorse finanziarie verso tali settori ri-

In molte sfere della produzione culturale, i flussi di cassa quantificabili a seguito dell'attuazione di un progetto non sono tali da giustificare in termini di costo opportunità lo sforzo monetario sostenuto

spetto ad altri ritenuti più «economicamente produttivi». Lo sblocco di questa impasse diviene possibile facendo comprendere a questi ultimi l'effettiva potenzialità economica sottostante alla più ampia partecipazione culturale attiva resa possibile dall'emergere e dal consolidamento della Cultura 3.0: in sintesi, fare comprendere come i valori etici, simbolici, di appartenenza collettiva possano riflettersi anche in un effettivo valore monetario, da integrare adeguatamente nella formula precedente. L'approccio è del tutto simile

a quanto avviene per le aziende profit che investono secondo un'ottica di «sviluppo sostenibile», rinunciando a potenziali flussi di cassa nel più breve periodo, ma assicurandosi, grazie al presidio delle variabili ambientali, sociali e di governance (ESG), maggiori flussi di cassa incrementali negli anni più lontani, e quindi un maggiore valore attuale economico netto al tempo presente. In modo equivalente, alla realizzazione di un progetto culturale deve senz'altro essere riconosciuta una capacità relativamente contenuta di generare flussi di cassa operativi di entità cospicua e sufficientemente certi nel breve termine, quanto meno rispetto a iniziative tipiche di altri settori profit, ma tale realizzazione consente di conseguire dei benefici, solo apparentemente non tangibili e misurabili, in diverse aree di riferimento di grande rilevanza. Nel momento in cui tali benefici fossero correttamente computati, è probabile che essi consentirebbero di giustificare un valore economico netto addizionale altamente positivo. Tale considerazione, similmente a quanto affermato per gli investimenti nei settori profit attuati nel rispetto delle variabili ESG, sembra ancora più attuale e critica in questo particolare periodo storico, nel quale molti settori profit tradizionali hanno raggiunto un livello elevato di maturità, mentre altri hanno addirittura completamente saturato la domanda.

Sulla base di tali premesse, che evidenziano le potenzialità economiche del settore culturale, che è tuttora ben lontano dalla maturità e dalla saturazione della domanda ma al contrario in piena evoluzione, è indispensabile quindi superare i limiti di comprensione che ancora appesantiscono molta della letteratura in materia: è necessario andare a identificare quelle aree che sono positivamente influenzate dagli investimenti nel settore culturale, non più in modo indefinito e vago, ma tentando di fornire un'espressione «quantitativa» e «monetaria» degli *effetti indiretti* che la cultura è in grado di generare. Solo comprendendo quanto ampi e ramificati siano tali effetti, e i benefici economici e sociali che essi producono, diviene possibile sensibilizzare il decision maker circa l'opportunità di investire in tale direzione.

Possiamo esprimere questo concetto attraverso una nuova, semplice formula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{FC_t}{(1+k)^t} + \sum_{t=1}^n \frac{FC_{tier} x_t}{(1+kx)^t} - FC_0$$

dove, in aggiunta alla terminologia già introdotta nella formula precedente:

$FC_{tier} x_t$ = flussi di cassa incrementali indotti generati per la specifica area di riferimento (*tier*); x_t , per ciascuno dei t anni in cui il beneficio del progetto sarà generato;

kx = tasso di attualizzazione da applicare a ciascun flusso di cassa, in funzione dello specifico costo opportunità per l'area (*tier*) x analizzata.

Il primo passo da compiere al fine di potere esprimere un valore economico addizionale al secondo termine del secondo membro della formula precedente è effettuare un'appropriata sistematizzazione delle aree di riferimento (*tiers*) che sono soggette a esternalità valutabili in termini economici a seguito della realizzazione di un investimento culturale, e quindi della corretta identificazione delle aree di riferimento beneficiarie degli spillover. Se da una parte la letteratura a riguardo è copiosa, d'altro canto non si è mai proceduto a una reale sintesi di tali effetti in funzione delle esternalità positive generabili. Il secondo termine del secondo membro della precedente formula include i flussi di cassa incrementali prodotti essenzialmente da otto dimensioni (aree di riferimento) principali, all'interno delle quali la partecipazione culturale attiva tipica della Cultura 3.0 è in grado di generare significativi effetti macroeconomici, non associabili a benefici noti e convenzionali quali un aumento di fatturato dalla vendita di biglietti, o un aumento dei posti di lavoro nel settore culturale ecc. (i cui effetti sono già racchiudibili nel primo termine (FC_0) della precedente formula), in modo del tutto identico a quanto avviene per la valutazione economica nei tradizionali progetti di investimento in attività profit. Non è obiettivo di questo lavoro pervenire a una formula

di quantificazione monetaria delle otto dimensioni, che sono oggetto di un volume crescente di studi empirici. Quello che ci interessa in questa sede è introdurre un approccio concettuale, per fornire ai lettori, tra i quali ci auguriamo possano esservi decision maker del settore pubblico e imprenditori privati, uno stimolo a comprendere con maggiore attenzione e profondità le ingenti potenzialità economiche che l'investimento in cultura può effettivamente determinare nello scenario attuale.

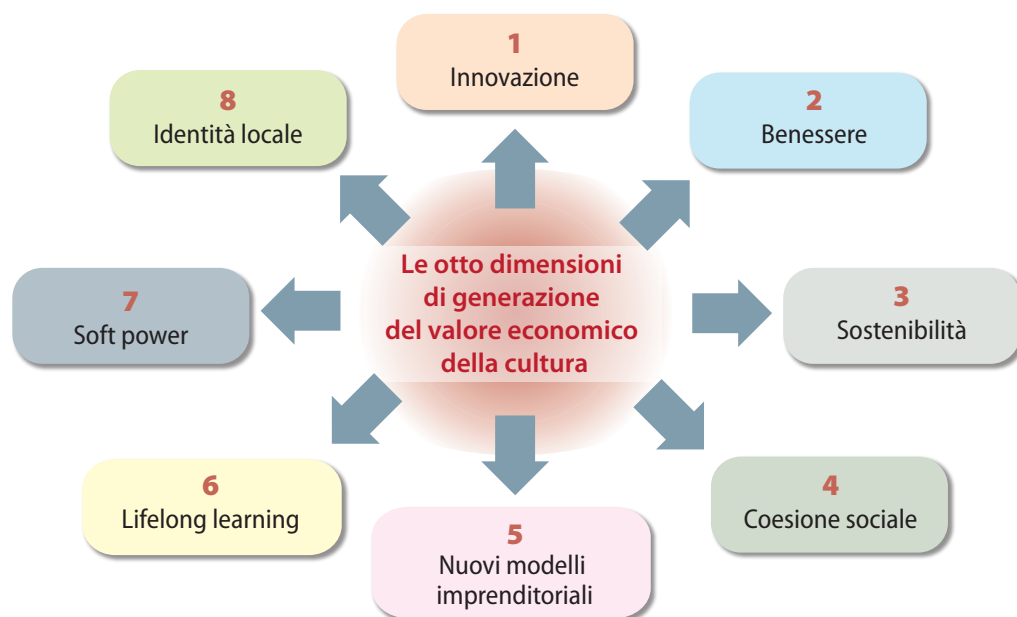
L'approccio a otto dimensioni

Per molti policy maker e investitori privati, come si è detto, gli investimenti in attività culturali non risultano attraenti a causa dell'alto rischio (in alcuni casi, la certezza) che essi generino un valore economico netto negativo. Per comprendere invece perché la partecipazione culturale attiva tipica della Cultura 3.0 possa essere generatrice di valore economico, si può fare appropriato riferimento ai risultati ottenuti nel campo dello «sviluppo sostenibile» e della «corporate social responsibility». L'introduzione del concetto di *stakeholder theory*, in sostituzione di quello di *shareholder theory*, ha consentito di comprendere come i soggetti tipicamente designati alla realizzazione delle decisioni aziendali ignorino un elemento economico rilevante, più volte menzionato da parte di molti studi economici: quello delle esternalità – positive o negative – o più esplicitamente degli effetti economici indotti che un progetto artistico-culturale – in modo simile a quanto avviene per gli investimenti che presidiano le componenti ESG – è in grado di generare. In questi casi il valore economico generato da un progetto, il valore attuale netto (VAN), non deve essere più identificato come semplice sommatoria dei flussi di cassa economici «espliciti», determinati dai ricavi incrementali al netto dei costi incrementali, che l'iniziativa è in grado di produrre; a tale valore è opportuno sommare il valore attuale addizionale dei flussi «impliciti», gli effetti indotti generati dal progetto, che diversi contributi della teoria economica hanno dimostrato essere a valore aggiunto. Il problema di fondo è che mentre diversi studi hanno

ampiamente analizzato in termini qualitativi gli effetti positivi indiretti generati dalla realizzazione dei prodotti culturali, da un lato non si è proceduto ancora a una loro sistematizzazione organica e a una strutturata classificazione finalizzata all'identificazione delle specifiche aree che beneficerebbero da tali iniziative (e come); dall'altro, anche come conseguenza del punto precedente, risulta difficile pervenire a un'effettiva e credibile quantificazione monetaria del valore di tali effetti indotti, essendo la ramificazione degli spillover così ampia e correlata a una moltitudine di fattori da rendere quasi impossibile una stima attendibile in termini di flussi di cassa generati.

Mentre su quest'ultimo aspetto è in corso un grande sforzo di analisi a livello europeo che inizia a dare i primi frutti concreti, la sistematizzazione delle aree che possono ottenere un beneficio economico dallo sviluppo della cultura inizia a essere più consolidata. Possiamo così identificare otto principali dimensioni, relative ad aree di interesse nelle quali l'investimento in cultura può apportare rilevanti effetti in termini macroeconomici (Sacco 2011). È importante puntualizzare ancora che nel momento in cui si parla di spillover rispetto alle aree identificate, non ci si riferisce per esempio al valore economico generato come conseguenza del maggior numero di posti di lavoro creati nel settore culturale o nell'industria creativa, o all'incremento di fatturato legato ai progetti stessi, in quanto questi sono espressione di un valore economico già da ricomprendere nei flussi di cassa previsti nella formula tradizionale del valore economico netto. Gli spillover fanno piuttosto riferimento a benefici addizionali apportati a una o più delle otto aree di riferimento identificate nella Figura 1, in grado di generare un incremento di valore economico non già opportunamente «contabilizzato» nella classica formula. È importante a questo punto enfatizzare il forte collegamento che deve esistere tra queste dimensioni di flusso – in forma di maggiori risorse generate o minori risorse in uscita – e i metodi e gli strumenti che gli organi pubblici utilizzano nel momento in cui esplicitano le politiche culturali per il paese. Comprendere

FIGURA 1 | LA CREAZIONE DI VALORE ECONOMICO TRAMITE L'INVESTIMENTO IN CULTURA: L'APPROCCIO A OTTO DIMENSIONI



che la cultura è generatrice di valore in queste otto dimensioni consente infatti il raggiungimento di un risultato estremamente significativo: il passaggio da politiche di tipo assistenziale selettivo a politiche basate su scambio di valori, risorse e azioni. Di seguito sono analizzate le otto dimensioni di attività che – singolarmente o in modo complementare – possono trarre vantaggio in termini economici dall'attuazione di politiche tese allo sviluppo della partecipazione culturale attiva.

Innovazione

Tier 1: Investimento in cultura – Innovazione

- Diffusione sociale degli orientamenti innovativi (Bakhshi, McVittie e Simmie 2008)
- Generazione di nuove idee e procedure nella pratica aziendale (Gruenfeld 2010)
- Attivazione di processi innovativi cooperativi tra miriadi di attori sociali ed economici (Carlsson *et al.* 2002; McElroy 2002; Boschma 2005)

Non ci riferiamo qui soltanto all'innovazione all'interno dello stesso settore culturale e creativo, ma al fenomeno dell'innovazione

nel suo complesso. L'innovazione non è una semplice conseguenza degli investimenti in ricerca e sviluppo, ma ha che fare soprattutto con la creazione di un ambiente sociale che faciliti la generazione e la diffusione di nuove idee e processi nella pratica aziendale, tramite l'azione e la cooperazione di una miriade di attori sociali coinvolti. Gli effetti che l'investimento in cultura può produrre in termini di creazione di un ambiente sociale favorevole all'innovazione possono essere ben superiori all'impatto economico tangibile e diretto del progetto culturale stesso, generando ricadute sull'intero sistema economico e sociale. In particolare, la partecipazione culturale, tanto più quanto più è legata alla produzione e diffusione di contenuti e non solo alla loro fruizione passiva, abitua (e abilita) le persone a familiarizzare con il nuovo, l'inconsueto, l'altro da sé – in altre parole, promuove una «ginnastica cognitivo-motivazionale» che predispone nel modo migliore alla produzione e alla diffusione dell'innovazione. Questa intuizione si riflette nell'evidente e forte correlazione tra i tassi di partecipazione culturale attiva e la

performance innovativa dei paesi dell'Europa Occidentale.

Non è facile quantificare, sulla base della nostra formula, il valore di un aumento del livello di innovazione apportato dall'investimento di 1 euro in cultura. Ma di certo si tratta di un valore che contribuisce notevolmente all'aumento del valore attuale netto dell'investimento in cultura, a tutt'oggi non opportunamente ponderato da molti policy maker.

Non è un caso che siano proprio i paesi in cima alla classifica europea illustrata nella Tabella 1, come la Svezia, la Danimarca o i Paesi Bassi, quelli in cui si riscontra oggi la maggiore propensione delle imprese innovative a investire in progetti culturali e addirittura a integrare le professionalità culturali e creative all'interno delle proprie risorse umane e dei propri processi interni.

Benessere

Tier 2: Investimento in cultura – Benessere

- Allungamento delle aspettative di vita (Koonlaan, Bygren e Johansson 2000)
- Effetti positivi sul benessere psicologico generale maggiori della maggior parte delle variabili socio-economiche (Grossi *et al.* 2011)
- Effetti particolarmente pronunciati su malati cronici, anziani, donne (Grossi *et al.* 2012)

Una seconda area nella quale la cultura ha un evidente impatto positivo è quella sinteticamente definibile con il termine «benessere», inteso come percezione globale psicofisica del proprio stato mentale, emozionale e corporeo. Esiste ormai un'ampissima evidenza della relazione (fortemente) positiva tra partecipazione culturale attiva e aspettativa di vita, tra partecipazione e benessere psicologico soggettivo,

TABELLA 1 | RANKING PAESI INNOVATORI VS. PAESI CON MAGGIORE PARTECIPAZIONE CULTURALE ATTIVA

Innovation Union Scoreboard Ranking 2014 (EU15)	Index of Cultural Practice Eurobarometer Ranking 2013 (EU15)
Svezia	Svezia
Danimarca	Danimarca
Germania	Paesi Bassi
Finlandia	Regno Unito
Lussemburgo	Lussemburgo
Paesi Bassi	Francia
Belgio	Spagna
Regno Unito	Germania
Irlanda	Irlanda
Austria	EU (media)
Francia	Finlandia
EU (media)	Austria
Italia	Belgio
Spagna	Italia
Portogallo	Portogallo
Grecia	Grecia

e persino tra partecipazione e probabilità e velocità di guarigione da determinate patologie. La partecipazione culturale attiva ha un impatto positivo sul benessere psicologico inferiore soltanto all'assenza di gravi malattie croniche, paragonabile a quello del reddito, e nettamente superiore a quello delle più comuni variabili socio-economico-demografiche (età, sesso, luogo di residenza, occupazione ecc.). È stato altresì rilevato che l'effetto positivo è crescente nel caso di persone anziane e/o gravemente malate, nonché per le persone di sesso femminile. Dal punto di vista dei policy maker, la partecipazione culturale attiva genera un maggiore valore economico rispetto a quanto ipotizzabile dalla classica formula del VAN, in funzione dell'effetto sul benessere. Per esempio, l'evidenza oggi disponibile suggerisce che un aumento dell'investimento in cultura che favorisca la partecipazione attiva, soprattutto dei soggetti più esposti alle patologie o agli effetti dell'invecchiamento, possa essere in grado *ceteris paribus* di diminuire la spesa pubblica sanitaria e il tasso medio di ospedalizzazione come effetto di una migliore resilienza alle patologie e di una riduzione del consumo di medicinali derivanti dal miglioramento della percezione del proprio stato psicofisico. Da un punto di vista prettamente finanziario, ciò si traduce in un'esternalità positiva nella formula del VAN, tale che (una piccola quota dei) i minori flussi in uscita per la spesa pubblica possano andare a coprire il finanziamento dei progetti culturali, consentendo allo stesso tempo di recuperare rilevanti risorse finanziarie destinate ad altre tipologie di intervento pubblico.

Sostenibilità

Tier 3: Investimento in cultura – Sostenibilità

- Il presidio delle variabili ESG implica maggiore generazione di stakeholder value (Perrini e Russo 2010)
- Migliori e più produttivi comportamenti sociali (Schmidt, Gil Nave e Guerra 2006)
- Maggiore efficacia della raccolta differenziata (Crociata, Agovino e Sacco 2015)

La crescente importanza assegnata a livello aziendale alle tematiche di sostenibilità am-

bientale, sociale e di governance (ESG) ha assunto oggi valenze anche di tipo economico, oltre che etico. Diverse ricerche mostrano come le aziende che presidiano le variabili ESG sono quelle che garantiscono ai propri stakeholder maggiori prospettive di sviluppo economico, e in sintesi maggiori possibilità di generazione di valore economico nel lungo periodo. La crisi economico-finanziaria che ci stiamo lasciando alle spalle impone tuttavia un ripensamento verso nuovi modelli di governance e management, tali da rendere competitivo e sostenibile il settore culturale. Per esempio è maturo il tempo per pensare a nuove istituzioni culturali basate su un diverso modello di partnership «pubblico-civile» creata e gestita in modo congiunto da associazioni culturali e organizzazioni governative. Recenti evidenze empiriche hanno mostrato che le misure di riforma delle policy attraverso processi *bottom-up* possono condurre a risultati positivi, in quanto restringono il gap tra istituzioni e attori non istituzionali e influenzano direttamente il senso di appartenenza dei cittadini verso la cultura e altri beni meritori.

Sulla base di questa premessa, è significativo osservare come esista altresì una relazione stretta tra investimento in cultura e raggiungimento di obiettivi di sostenibilità aziendale. Alcune ricerche mostrano inoltre che un livello elevato di partecipazione culturale attiva si traduce in comportamenti pro-sociali, tra i quali, per esempio, una maggiore efficacia nella raccolta differenziata dei rifiuti. Ancora una volta, quindi, i decisori beneficerebbero economicamente dall'attuazione di politiche culturali orientate alla partecipazione attiva, in termini di minori flussi di cassa in uscita determinati dalle esternalità positive, di maggiore efficienza ambientale, e di una migliore governance sociale; nonché in termini di maggiori flussi di cassa in entrata per la maggiore produttività che una partecipazione culturale attiva è in grado di trasferire agli individui agendo sulla componente pro-sociale della loro motivazione intrinseca.

Coesione sociale

Tier 4: Investimento in cultura – Coesione sociale

- Riduzione o prevenzione delinquenza giovanile (Hollinger 2006; Washington e Beecher 2010)
- Orientamento vocazionale per soggetti socialmente a rischio, risoluzione situazioni conflittuali (Buendia 2010)
- Facilitazione del dialogo interculturale e valorizzazione della diversità sociale (Amin 2002; Madon *et al.* 1998)

È ampia l'evidenza empirica che mostra come l'investimento in alcuni progetti culturali che facilitano la partecipazione culturale attiva dei giovani a rischio di devianza sociale abbia un notevole impatto in termini di riduzione o prevenzione della delinquenza giovanile, come efficace strumento di orientamento vocazionale, o come fattore utile alla risoluzione di tensioni interetniche. L'aspetto proattivo della partecipazione (per esempio suonare uno strumento e non solo ascoltare la musica) ha qui un forte impatto differenziale positivo. Ne è un chiaro esempio il progetto di educazione musicale *El Sistema* promosso in Venezuela da José Antonio Abreu, che ha consentito a numerosissimi giovani ad altissimo rischio di reclutamento nella malavita organizzata locale di aumentare notevolmente e con profitto la loro frequenza scolastica, creando nei casi migliori musicisti professionisti, alcuni dei quali riconosciuti a livello internazionale. La partecipazione culturale attiva facilita inoltre il dialogo interculturale consentendo il superamento degli stereotipi etnici e riducendo la dimensione ansiogena legata all'esperienza della diversità culturale o religiosa, e anche alla diversità di genere: tutti temi che, nell'Europa di oggi, producono rilevanti costi sociali e umani. Tra tutte le aree analizzate, questa è forse quella per la quale è più esplicitamente comprensibile il ruolo economico generato dalla cultura all'interno della formula del valore attuale netto, in quanto le risorse destinate alla realizzazione di progetti culturali per la coesione sociale consentirebbero il raggiungimento di un rapido break even finanziario,

nonché di un valore addizionale ampiamente positivo e di entità anche maggiore rispetto a quanto teoricamente prospettabile, perché spalmato nel corso di anni o anche di decenni, con effetti a catena di cui è arduo stimare la grandezza e l'effetto moltiplicatore.

Nuovi modelli imprenditoriali

Tier 5: Investimento in cultura – Nuovi modelli imprenditoriali

- Incubazione di nuovi modelli imprenditoriali (Scott 2006; Eikhof e Haunschild 2006)
- Impulso al pensiero divergente nell'esplorazione di nuovi modelli di business (Mason 2008)
- Migliore occupabilità per le professionalità umanistico-letterarie (CSES 2010)

L'investimento nella produzione culturale e creativa è un potente incubatore per la nascita di nuovi modelli imprenditoriali, come mostra chiaramente il dinamismo di settori quali i videogiochi o i contenuti digitali online. La necessità di sviluppare un'imprenditoria creativa estremamente reattiva al rapido mutare del contesto globale è non soltanto indispensabile per essere competitivi in uno dei mercati dal maggiore potenziale di crescita nei prossimi anni, ma produce anche benefici rilevanti per la competitività del più ampio e variegato settore dell'economia della conoscenza, che ha un ruolo chiave nelle traiettorie di sviluppo di tutti i paesi socio-economicamente avanzati, nonché per lo sviluppo dei nuovi settori della sharing economy, i cui modelli sono fortemente mutuati e intermediati dalle piattaforme digitali aperte che costituiscono l'ossatura della Cultura 3.0. Il contributo della partecipazione culturale attiva si concretizza qui anche nel tema dell'integrazione delle competenze umanistiche e artistiche all'interno dei nuovi processi di creazione del valore; non a caso, sia in Europa sia negli USA sono in pieno sviluppo due ambiziosi progetti pilota (STARTS e STEAM, rispettivamente) che le valorizzano come elementi portanti del mix di competenze necessarie nell'economia della creatività e della conoscenza, an-

che nei settori a più alta intensità tecnologica. Il *tier* dell'imprenditorialità può inoltre trarre vantaggio dalle nuove opportunità di mercato connesse alla ridefinizione e all'allargamento delle condizioni strutturali del settore culturale e creativo, sempre più artefice della nascita di incubatori di differenti nuove attività.

Lifelong learning

Tier 6: Investimento in cultura – Lifelong learning

- Migliore capacità di adattamento, resilienza e risposta proattiva all'evoluzione del contesto ambientale (Sternberg 1997)
- Rafforzamento della motivazione intrinseca all'investimento formativo (DiMaggio 1982)
- Aumento di efficienza economica e produttività (Herrmann *et al.* 2007)

L'investimento in cultura consente di presidiare un'area per certi versi di interesse complementare a quella dei nuovi modelli imprenditoriali: quella del *lifelong learning* e dello sviluppo di una «società della conoscenza». Il rapporto profondo tra partecipazione culturale e propensione all'apprendimento continuo, con il conseguente sviluppo di una migliore intelligenza adattativa rispetto al contesto ambientale in cui si opera, è comprovata da diverse analisi. Tale relazione, rispetto alle altre aree di riferimento analizzate, è anche molto intuitiva, in quanto la partecipazione culturale attiva può essere intesa essa stessa come strumento formativo, conducendo a maggiori livelli di efficienza economica, di produttività, di capacità di problem solving: in sintesi, da un punto di vista prettamente economico-finanziario, a maggiori flussi di cassa da inserire nella formula di valutazione economica dell'investimento culturale. A fianco dell'intuitiva percezione degli spillover positivi generabili in termini di *lifelong learning*, occorre tuttavia ricordare che in questo campo c'è ancora bisogno di ricerca che esplori in maggiore dettaglio la natura della relazione tra partecipazione culturale, propensione all'apprendimento ed effetti in termini di performance educativa, per poter ispirare politiche sempre più mirate ed efficaci.

Soft power

Tier 7: Investimento in cultura – Soft power

- Accrescimento di visibilità, credibilità, reputazione, brand value, autorevolezza delle organizzazioni promotrici (Nye 2004)
- Esternalità positive sull'intera produzione nazionale e sul turismo (Jaffe e Nebenzahl 2006)
- Attrazione di investitori, competenze, imprenditorialità (McClory 2010)

Una più diffusa partecipazione alla produzione artistica e culturale determina un effetto positivo indotto alquanto forte rispetto all'accrescimento di visibilità, di credibilità, di reputazione, di autorevolezza di un'azienda, di un paese o di qualsiasi organizzazione o istituzione che promuova tali pratiche, come mostrato dalla rapida ascesa nelle classifiche globali del *soft power* dei paesi nordeuropei, i cui tassi di partecipazione attiva sono tra i più alti del mondo. Tuttavia, tale effetto è maggiormente tracciabile in modo tangibile se si analizza questa relazione in termini macroeconomici, pensando alla valorizzazione a livello di «brand» che un paese ottiene come conseguenza di una partecipazione culturale attiva e del perseguimento di politiche indirizzate a investimenti mirati in ambito artistico e culturale. L'accrescimento della percezione del «country brand» può produrre esternalità positive sul complesso dei prodotti nazionali, che possono giovare di una migliore visibilità e reputazione in modo indotto, può attirare più turisti e visitatori rispetto a un paese con un'immagine indebolita e in declino, può attrarre nuovi investitori anche stranieri, nuove imprenditorialità, nuove professionalità altamente specializzate. Quella del *soft power* è un'area il cui grado di estensione e ramificazione è incredibilmente ampio e connesso, con interazioni positive con tutte le altre sette dimensioni qui presentate. Vi sono dunque enormi potenzialità in termini di accrescimento del valore attuale netto che lo sviluppo del *soft power* può apportare, anche attraverso l'effetto a cascata derivate dall'interazione con le altre dimensioni.

Identità locale

Tier 8: Investimento in cultura – Identità locale

- Rafforzamento del senso di appartenenza della comunità al luogo (Evans 2009)
- Attivazione della comunità nella creazione di valore economico e sociale attraverso la cultura e la creatività (Plaza 2008)
- Aumento della visibilità, della reputazione e della capacità attrattiva del luogo sia come destinazione turistica sia come piattaforma professionale (Bailey, Miles e Stark 2004)

Il fenomeno delle pratiche culturali partecipative, e in particolare dei progetti di arte pubblica partecipata, sta diventando un tema di grande rilevanza nei processi di rigenerazione urbana. Tali pratiche permettono non solo di affrontare problemi di grande urgenza pratica quali la sicurezza e la coesione sociale in quartieri a rischio, ma anche di ridefinire radicalmente il senso di appartenenza e l'identità di un quartiere come dell'intera città, con un immediato impatto in termini di senso di responsabilità e comportamenti pro-sociali dei cittadini, ridefinendo le basi sociali e simboliche del luogo. Si tratta forse dell'area i cui effetti macroeconomici positivi sono a oggi più trascurati. Eppure è questa una delle dimensioni in cui la portata dirompente di una produzione culturale e creativa generalizzata come quella resa possibile dalla Cultura 3.0 appare più evidente, e non a caso si stanno rapidamente moltiplicando le ricerche artistiche che cercano di valorizzare appieno questo potenziale, ridefinendo il senso stesso della progettualità artistica come processo condiviso con una comunità di riferimento. L'attrazione di risorse finanziarie esterne, sovente di origine privata, può dare un grande contributo alla sostenibilità di questi progetti, conferendo allo stesso tempo un valore aggiunto importante all'investimento in termini di ritorno sociale indiretto per tutti gli stakeholder coinvolti nel processo di rigenerazione. Naturalmente gli spillover generati possono essere massimizzati solo nel momento in cui la ridefinizione dell'identità locale avviene trami-

te un processo di partecipazione basato sulla costruzione di competenze e capacità di lungo termine, anziché tramite l'attuazione di iniziative strumentali finalizzate esclusivamente allo sfruttamento di una visibilità mordi e fuggi, legata più che altro alle esigenze di breve termine del ciclo economico-politico.

Conclusioni

Le potenzialità di creazione di valore economico e di sviluppo legate alla produzione e alla partecipazione culturale vanno molto al di là della mera valorizzazione turistica dei beni culturali, e possono avere conseguenze macroeconomiche relevantissime se inquadrare in una prospettiva concettuale appropriata. Molti dei malintesi relativi al ragionamento sull'impatto economico della cultura derivano dalla confusione tra i tre regimi che governano oggi la produzione culturale, ciascuno dei quali segue una propria logica, si applica a determinati settori e configura una diversa modalità di produzione di valore economico e culturale. Un approccio efficace e consapevole alla dimensione culturale dello sviluppo richiede quindi una strategia che dia il giusto peso ed elabori le politiche più adatte a ciascuno di tali regimi e ai corrispondenti settori, e ne valorizzi pienamente le sinergie, che sono molto rilevanti per la piena realizzazione dell'intera gamma degli effetti indiretti descritti nella sezione precedente. Raggiungere questo tipo di obiettivo può portare con tutta probabilità a rilevanti risparmi di spesa e guadagni di efficienza ed efficacia nella gestione delle risorse pubbliche, a un aumento della capacità competitiva del sistema paese e a un notevole miglioramento del benessere dei cittadini e della coesione sociale. Ma per ottenere tali risultati occorre appunto un cambio di paradigma, che ridefinisca completamente la percezione del ruolo della cultura nelle politiche pubbliche e nelle strategie di sviluppo economico.

Il nostro auspicio è quello di aver contribuito con questo saggio a compiere un piccolo ma significativo passo in tale direzione. ■

Riferimenti bibliografici

- Amin A., 2002. «Ethnicity and the Multicultural City: Living with Diversity», *Environment and Planning A*, 34(6), pp. 959-80.
- Bailey C., Miles S., Stark P., 2004. «Culture-led Urban Regeneration and the Revitalization of Identities in Newcastle, Gateshead and the North East of England», *International Journal of Cultural Policy*, 10(1), pp. 47-65.
- Bakhshi H., McVittie E., Simmie J., 2008. *Creating Innovation. Do the Creative Industries Support Innovation in the Wider Economy?*, NESTA Research Report, London.
- Boschma R.A., 2005. «Proximity and Innovation: A Critical Assessment», *Regional Studies*, 39(1), pp. 61-74.
- Buendia F.C., 2010. «More Carrots than Sticks: Antanas Mockus's Civic Culture Policy in Bogotá», *New Directions for Youth Development*, 125, pp. 19-32.
- Carlsson B., Jacobsson S., Holmén M., Rickne A., 2002. «Innovation Systems: Analytical and Methodological Issues», *Research Policy*, 31(2), pp. 233-45.
- Crociata A., Agovino M., Sacco P.L., 2015. «Recycling Waste: Does Culture Matter?», *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 55, pp. 40-47.
- CSES, 2010. *Study on the Contribution of Culture to Local and Regional Development – Evidence from the Structural Funds*, Final Report, Centre for Strategy and Evaluation Services, Kent.
- DiMaggio P., 1982. «Cultural Capital and School Success: The Impact of Status Culture Participation on the Grades of US High School Students», *American Sociological Review*, 47(2), pp. 189-201.
- Eikhof D.R., Haunschild A., 2006. «Lifestyle Meets Market: Bohemian Entrepreneurs in Creative Industries», *Creativity and Innovation Management*, 15(3), pp. 234-41.
- Evans G., 2009. «Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy», *Urban Studies*, 46(5-6), pp. 1003-40.
- Grossi E., Sacco P.L., Tavano Blessi G., Cerutti R., 2011. «The Impact of Culture on the Individual Subjective Well-being of the Italian Population: An Exploratory Study», *Applied Research in Quality of Life*, 6(4), pp. 387-410.
- Grossi E., Tavano Blessi G., Sacco P.L., Buscema M., 2012. «The Interaction Between Culture, Health and Psychological Well-being: Data Mining from the Italian Culture and Well-being Project», *Journal of Happiness Studies*, 13(1), pp. 129-48.
- Gruenfeld E., 2010. «Thinking Creatively is Thinking Critically», *New Directions for Youth Development*, 125, pp. 71-83.
- Herrmann E., Call J., Hernandez-Lloreda M.V., Hare B., Tomasello M., 2007. «Humans Have Evolved Specialized Skills of Social Cognition: The Cultural Intelligence Hypothesis», *Science*, 317(5843), pp. 1960-66.
- Hollinger D.M., 2006. *Instrument of Social Reform: A Case Study of the Venezuelan System of Youth Orchestras*, PhD dissertation, Arizona State University.
- Jaffe E.D., Nebenzahl I.D., 2006. *National Image and Competitive Advantage*, 2nd ed., Copenhagen, Copenhagen Business School Press.
- KEA, 2006. *The Economy of Culture in Europe*, Bruxelles, KEA European Affairs.
- Koonlaan B.B., Bygren L.O., Johansson S.E., 2000. «Visiting the Cinema, Concerts, Museums or Art Exhibitions as Determinant of Survival: A Swedish Fourteen-year Cohort Follow-up», *Scandinavian Journal of Public Health*, 28(3), pp. 174-78.
- Madon S., Jussim L., Keiper S., Eccles J., Smith A., Palumbo P., 1998. «The Accuracy and Power of Sex, Social Class, and Ethnic Stereotypes: A Naturalistic Study in Person Perception», *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, pp. 1304-18.
- Mason M., 2008. *The Pirate's Dilemma: How Youth Culture is Reinventing Capitalism*, New York, The Free Press.
- McClory J., 2010. *The New Persuaders: An International Ranking of Soft Power*, London, Institute for Government.
- McElroy M.W., 2002. «Social Innovation Capital», *Journal of Intellectual Capital*, 3(1), pp. 30-39.
- Nye J., 2004. *Soft Power. The Means to Success in World Politics*, New York, PublicAffairs.
- Perrini F., Russo A., 2010. «Investigating Stakeholder Theory and Social Capital: CSR in Large Firms and SMEs», *Journal of Business Ethics*, 91(2), pp. 207-21.
- Plaza B., 2008. «On Some Challenges and Conditions for the Guggenheim Museum Bilbao to Be an Effective Economic Reactivator», *International Journal of Urban and Regional Research*, 32(2), pp. 506-17.
- Sacco P.L., 2011. *Culture 3.0: A New Perspective for the EU 2014-2020 Structural Funds Programming*, Barcelona, European Expert Network on Culture, InterArts Foundation.
- Schmidt L., Gil Nave J., Guerra J., 2006. «Who's Afraid of Local Agenda 21? Top-down and Bottom-Up Perspectives on Local Sustainability», *International Journal of Environment and Sustainable Development*, 5(2), pp. 181-98.
- Scott A.J., 2006. «Entrepreneurship, Innovation, and Industrial Development: Geography and the Creative Field Revisited», *Small Business Economics*, 26(1), pp. 1-24.
- Sternberg R.J., 1997. «The Concept of Intelligence and Its Role in Lifelong Learning and Success», *American Psychologist*, 52(10), pp. 1030-37.
- Washington D.M., Beecher D.G., 2010. «Music as Social Medicine: Two Perspectives on the West-Eastern Divan Orchestra», *New Directions for Youth Development*, 125, pp. 127-40.
- Wu C.T., 2002. *Privatising Culture. Corporate Art Intervention since the 1980s*, London, Verso.