

**Unità didattica 1 – *Analisi organizzativa per le imprese culturali e creative***

**Industrie culturali e creative  
come oggetto di studio  
(della sociologia economica)**

# «Industrie»

---

A partire da anni '70 (negli studi) enfasi sulle **peculiarità dell'industria culturale** rispetto ad altri settori (caratteristiche, dinamiche, modalità e condizioni di lavoro, ecc.)

Da singolare al **plurale («industrie»)** per sottolineare le **molteplici sfaccettature** della produzione culturale e anche la **complessità** delle caratteristiche dei vari comparti

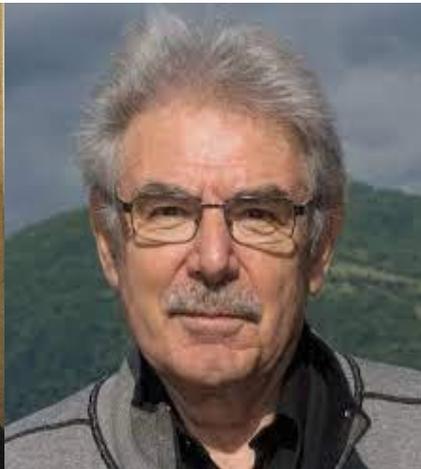


---

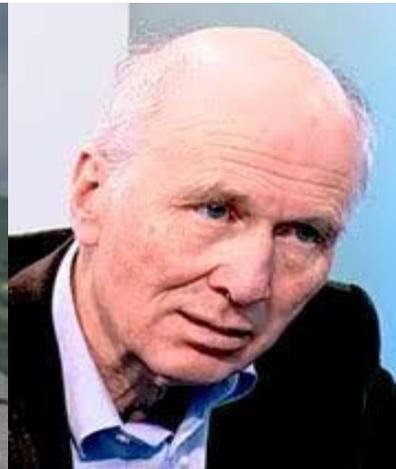
Gruppo di studiosi (soprattutto inglesi e francesi) che promuove → filone di studi «**economia politica della cultura**», comprensione empirica a partire dalle interazioni economia-cultura



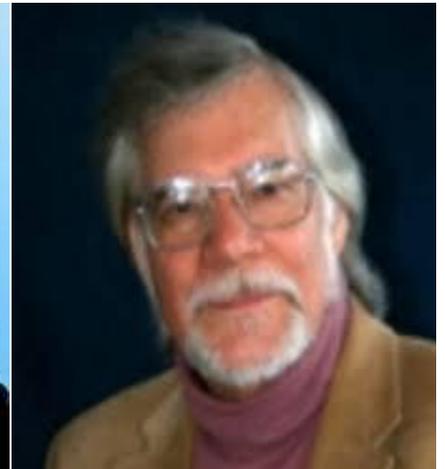
Hesmondhalgh



Miège



Flichy



Murdock

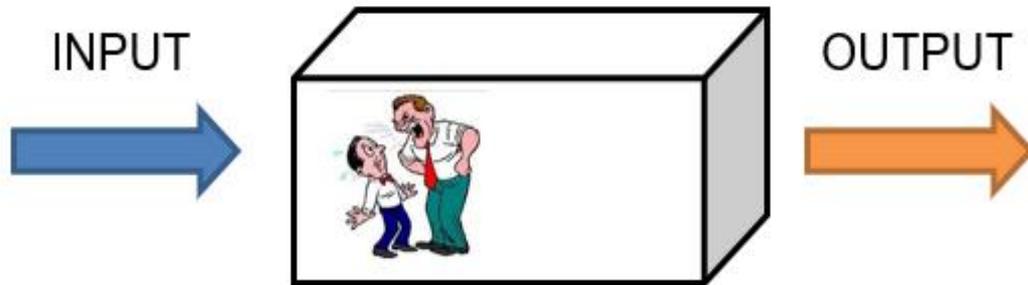
---

Questi autori, con sfumature diverse,  
definiscono le «industrie culturali»:

«industrie che **producono e diffondono prodotti e servizi** culturali dall'alto valore simbolico impiegando i **mezzi di produzione** caratteristici delle società industriali» (Murdock e Golding)

Attenzione alle strategie di mercato, alle modalità di organizzazione del lavoro e, più in generale, del ciclo produttivo, alle modalità di fruizione dei prodotti, ecc.





Aprire la «scatola nera»

---

Muovendo da **classificazioni dei «prodotti»** culturali, esaminano modelli imprenditoriali, di **organizzazione della produzione**, della distribuzione, del **lavoro**

In tale ambito alcuni si focalizzano sulle modalità di **commercializzazione** (e di vendita/guadagno)

# «Aspetti» del contesto

---

Perché nel dibattito pubblico e poi scientifico tanta attenzione alle industrie culturali?



**Trasformazioni** nei sistemi capitalistici (post-industriale, ecc.)



**Politiche pubbliche** per far sviluppare le industrie culturali e creative (per riconvertire le economie locali «in crisi», promuovere lo sviluppo economico e sociale dei territori)

---

**Iniziativa** basate sull'idea che il settore può «trascinare» un «rinascimento urbano» → interventi di re-branding territoriale, «quartieri culturali», «distretti culturali», «città creative»



---

In altri termini, tra studiosi e policy-makers  
riconoscimento del **valore strategico** delle  
industrie culturali per lo **sviluppo economico e  
sociale dei territori**

Varie **politiche a livello locale, nazionale e  
internazionale** per le industrie culturali

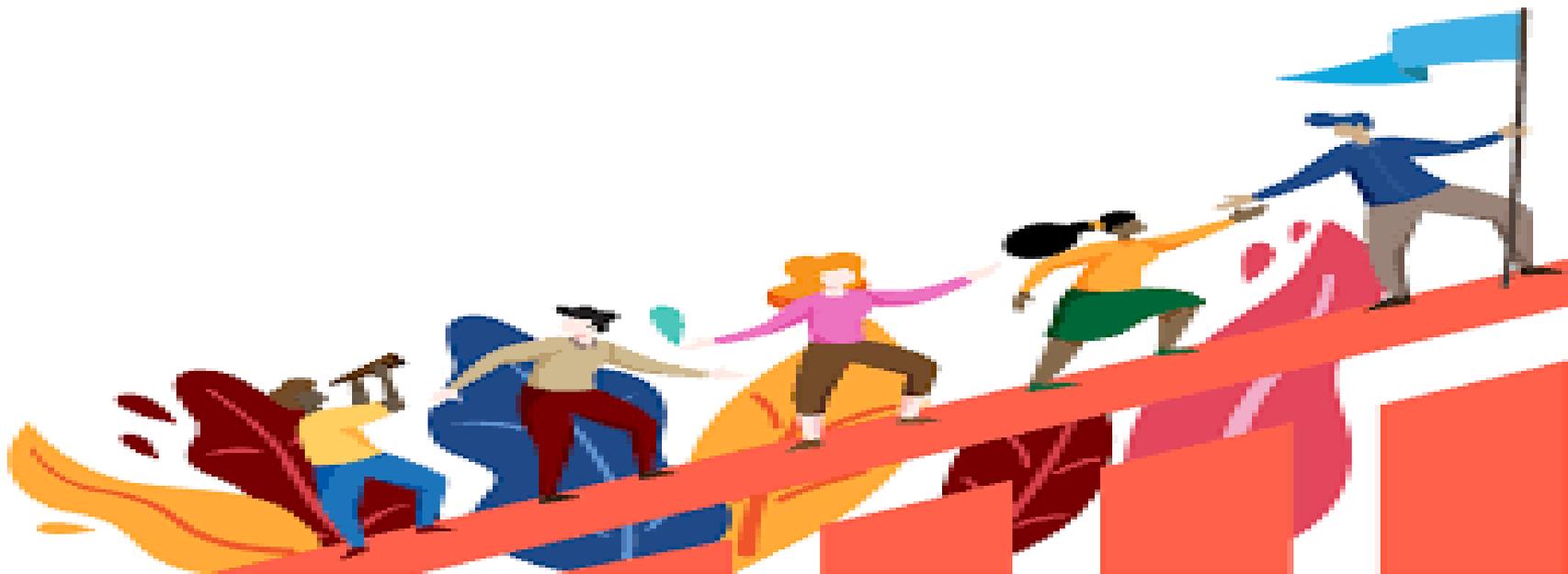
---

Si sostiene che investimenti per (e crescita delle) industrie culturali hanno un **«effetto moltiplicatore»**, ciò hanno conseguenze positive **per altri settori** economici

Aumentano **benessere della popolazione**,  
aumentano **attrattività dei territori**

---

E ancora, **iniziative** in cui cultura-creatività sono «leve» per l'inclusione sociale → iniziative che stimolano il protagonismo dei più giovani nella sfera culturale





---

In conseguenza (di tutto ciò) **cultura** e  
**creatività** al centro del dibattito

# «Industrie culturali e creative»

---

Una prima definizione

***Creative Industries Task Force (CITF)*** del partito laburista del Regno Unito – incarico di mappare attività di tali settori e individuare policy per favorirne lo sviluppo

Tale studio punta (ancora di più) i riflettori sulle industrie culturali e creative



Dibattito con una pluralità di attori sui criteri per definire il «settore»

# **Definizioni operative**

# Una definizione «difficile»

## Approcci diversi...

'Creative industries' approach	'Copyright industries' approach	'Experience economy' approach	'Sector' approach, Cultural industries or sector specific studies
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Austria</li><li>▪ Flemish Community of Belgium</li><li>▪ Denmark (2000)</li><li>▪ Estonia</li><li>▪ Latvia (2005)</li><li>▪ Lithuania</li><li>▪ Sweden (2002)</li><li>▪ Romania</li><li>▪ Bulgaria</li><li>▪ United-Kingdom</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Denmark (2006)</li><li>▪ Finland</li><li>▪ Hungary</li><li>▪ Latvia (2005)</li><li>▪ Norway</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Sweden (2004)</li><li>▪ Denmark (2003)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ French Community of Belgium</li><li>▪ France</li><li>▪ Ireland</li><li>▪ Luxembourg</li><li>▪ Poland</li><li>▪ Portugal</li><li>▪ Slovak Republic</li><li>▪ Spain</li></ul>

Fonte: KEA ESSnet-Culture process

# A livello europeo

---

## Unione Europea, Libro verde *Le industrie culturali e creative, un potenziale da sfruttare*

«le **‘industrie culturali’** sono le industrie che **producono e distribuiscono beni e servizi** che, quando vengono concepiti, sono considerati possedere un **carattere, un uso o uno scopo specifici che incorporano o trasmettono espressioni culturali, quale che sia il loro valore commerciale**. Oltre ai settori tradizionali delle arti (arti dello spettacolo, arti visive, patrimonio culturale – compreso il settore pubblico), questi beni e servizi comprendono anche i film, i Dvd e i video, la televisione e la radio, i giochi video, i nuovi media, la musica, i libri e la stampa»

---

«Le **'industrie creative'** sono le industrie che utilizzano la cultura come input e hanno una dimensione culturale, anche se i loro **output hanno un carattere principalmente funzionale.** Comprendono l'architettura e il design, che integrano elementi creativi in processi più ampi, e sottosettori come il design grafico, il design di moda o la pubblicità»

# Approccio deduttivo

---

*Adottato soprattutto dagli economisti della cultura*

Definizione di criteri che consentono di selezionare **a priori...**

Alla ricerca di un «**minimo comun denominatore**» in grado di includere nello stesso settore diverse attività → «creatività individuale», «tecniche di produzione», «valore d'uso simbolico», ecc.

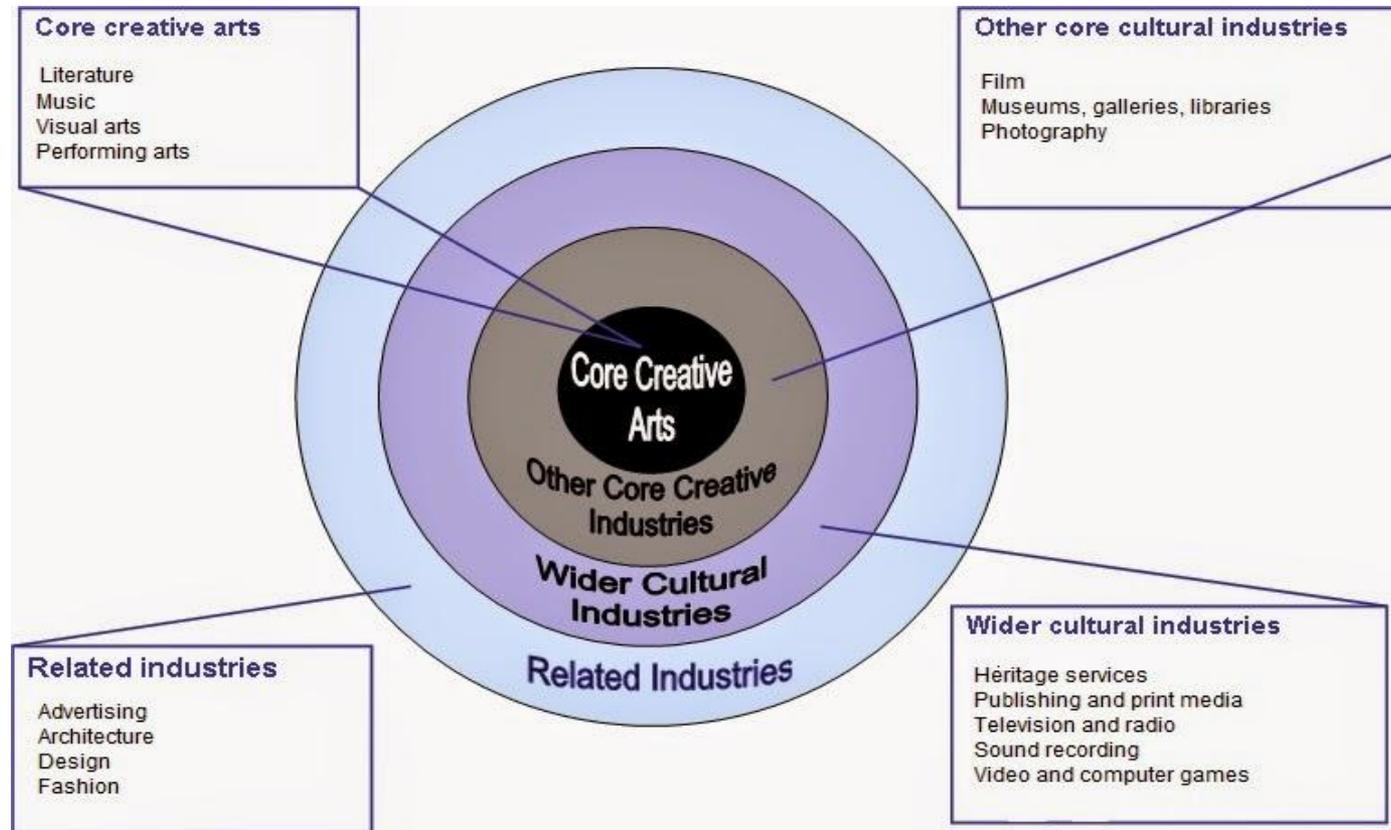
# Approccio induttivo

---

*Impiegato più spesso da centri di ricerca e istituti statistici*

Basato sull'**osservazione della realtà empirica**,  
dalla quale si colgono gli elementi per catalogare

# Modello a «cerchi concentrici» (Throsby 2001)





Valore culturale

+



-

Valore economico

-



+

---

## I più importanti tentativi:

- UNESCO (1986)
- Eurostat Leadership Group (LEG) – Culture (1997-2000)
- European Statistical System Network on Culture (ESSnet-Culture) (2012)
- KEA European Affairs
- Work Foundation

# KEA, The Economy of Culture in Europe

CIRCLES	SECTORS	SUB- SECTORS	CHARACTERISTICS
CORE ARTS FIELD	Visual arts	Crafts Paintings – Sculpture – Photography	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Non industrial activities.</li> <li>• Output are prototypes and “potentially copyrighted works” (i.e. these works have a high density of creation that would be eligible to copyright but they are however not systematically copyrighted, as it is the case for most craft works, some performing arts productions and visual arts, etc).</li> </ul>
	Performing arts	Theatre - Dance – Circus - Festivals.	
	Heritage	Museums – Libraries - Archaeological sites - Archives.	
CIRCLE 1: CULTURAL INDUSTRIES	Film and Video		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Industrial activities aimed at massive reproduction.</li> <li>• Outputs are based on copyright.</li> </ul>
	Television and radio		
	Video games		
	Music	Recorded music market – Live music performances – revenues of collecting societies in the music sector	
	Books and press	Book publishing - Magazine and press publishing	
CIRCLE 2: CREATIVE INDUSTRIES AND ACTIVITIES	Design	Fashion design, graphic design, interior design, product design	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Activities are not necessarily industrial, and may be prototypes.</li> <li>• Although outputs are based on copyright, they may include other intellectual property inputs (trademark for instance).</li> <li>• The use of creativity (creative skills and creative people originating in the arts field and in the field of cultural industries) is essential to the performances of these non cultural sectors.</li> </ul>
	Architecture		
	Advertising		
CIRCLE 3: RELATED INDUSTRIES	PC manufacturers, MP3 player manufacturers, mobile industry, etc...		<ul style="list-style-type: none"> <li>• This category is loose and impossible to circumscribe on the basis of clear criteria.</li> <li>It involves many other economic sectors that are dependent on the previous “circles”, such as the ICT sector.</li> </ul>

: “the cultural sector”  
 : “the creative sector”

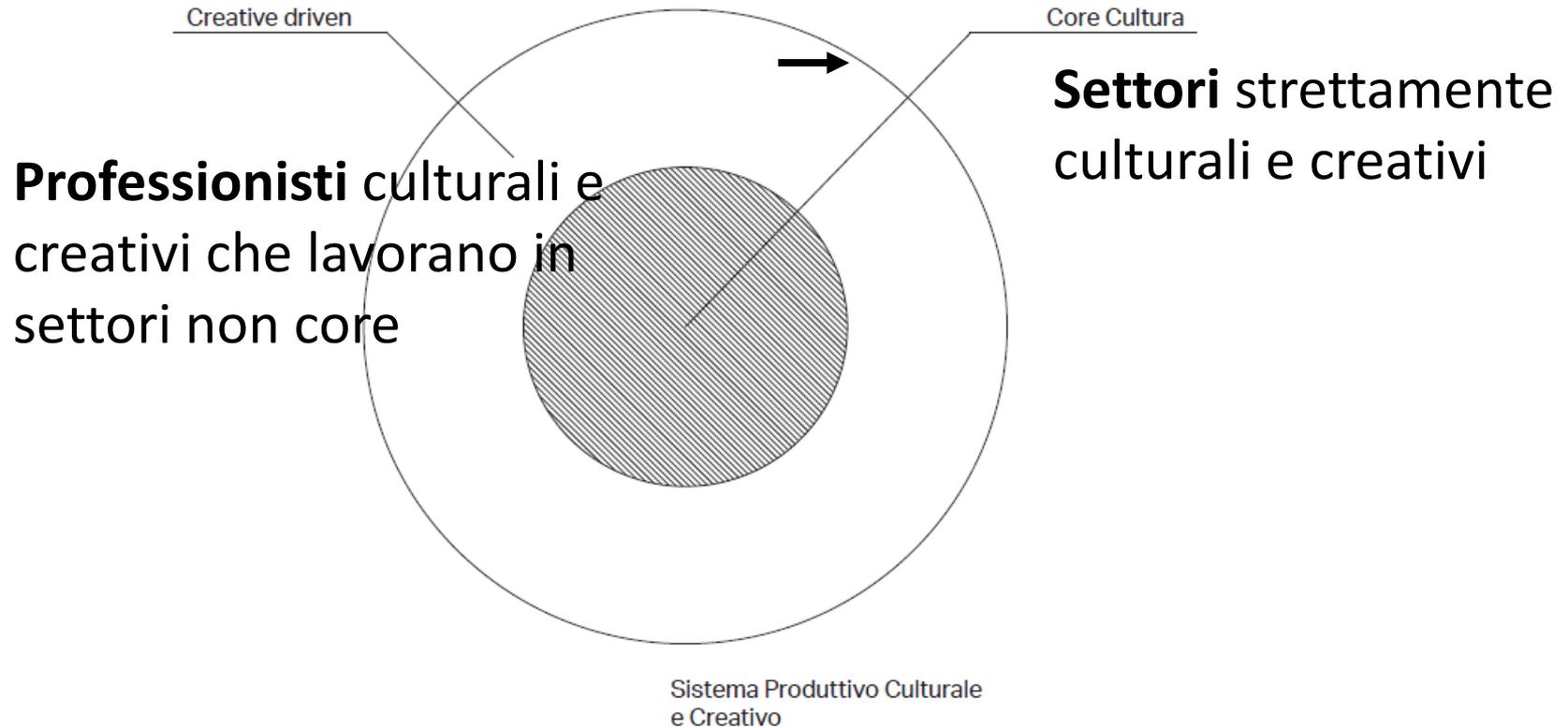
CIRCLES	SECTORS	SUB-SECTORS	CHARACTERISTICS
CORE ARTS FIELD	Visual arts	Crafts Paintings – Sculpture – Photography	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Non industrial activities.</li> <li>• Output are prototypes and "potentially copyrighted works" (i.e. these works have a high density of creation that would be eligible to copyright but they are however not systematically copyrighted, as it is the case for most craft works, some performing arts productions and visual arts, etc).</li> </ul>
	Performing arts	Theatre - Dance – Circus - Festivals.	
	Heritage	Museums – Libraries - Archaeological sites - Archives.	
CIRCLE 1: CULTURAL INDUSTRIES	Film and Video		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Industrial activities aimed at massive reproduction.</li> </ul>
	Television and radio		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Outputs are based on copyright.</li> </ul>
	Video games		
	Music	Recorded music market – Live music performances – revenues of collecting societies in the music sector	
	Books and press	Book publishing - Magazine and press publishing	
CIRCLE 2: CREATIVE INDUSTRIES AND ACTIVITIES	Design	Fashion design, graphic design, interior design, product design	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Activities are not necessarily industrial, and may be prototypes.</li> <li>• Although outputs are based on copyright, they may include other intellectual property inputs (trademark for instance).</li> <li>• The use of creativity (creative skills and creative people originating in the arts field and in the field of cultural industries) is essential to the performances of these non cultural sectors.</li> </ul>
	Architecture		
	Advertising		
CIRCLE 3: RELATED INDUSTRIES	PC manufacturers, MP3 player manufacturers, mobile industry, etc...		<ul style="list-style-type: none"> <li>• This category is loose and impossible to circumscribe on the basis of clear criteria. It involves many other economic sectors that are dependent on the previous "circles", such as the ICT sector.</li> </ul>

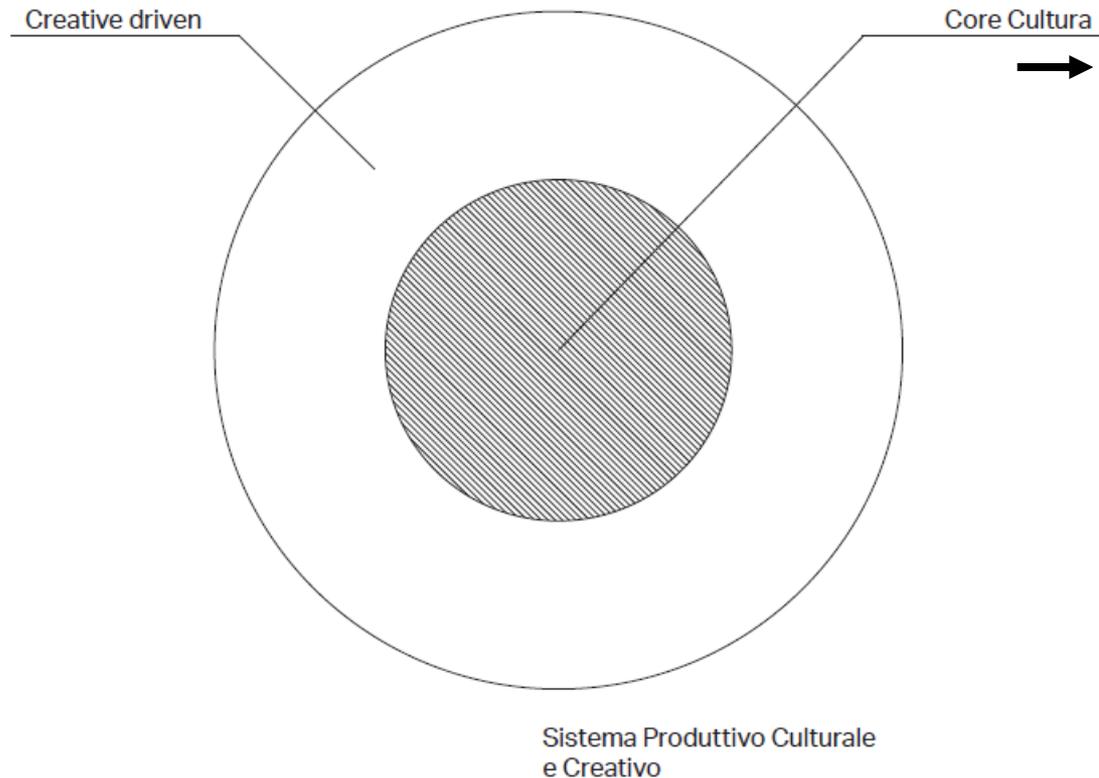
La classificazione si basa sulla capacità di creare «valore aggiunto»

Campi dell'arte tradizionale e industrie culturali, risultati culturali

Settori creativi, che utilizzano la cultura per produrre «valore aggiunto»

# In Italia?





- le attività di conservazione e valorizzazione del **patrimonio storico-artistico** (*musei, biblioteche, archivi, monumenti*);
- le attività non riproducibili di beni e servizi culturali, definibili come **performing arts e arti visive**, ciò che ruota intorno agli spettacoli dal vivo (teatro, concerti, etc.)
- le attività legate alla produzione di beni e servizi culturali secondo una logica industriale di replicabilità, definite come **industrie culturali** (cinema, radio-tv; videogame e software; editoria e stampa; musica);
- le **Industrie creative**, afferenti al mondo dei servizi (comunicazione, architettura e design).

## 7 macro-domini

Queste attività, definibili come **core**, poiché strettamente inerenti alla sfera culturale e creativa, sono state suddivise in sette macro-domini:

- Architettura e design;
- Comunicazione;
- Audiovisivo e musica;
- Videogiochi e software;
- Editoria e stampa;
- Performing arts e arti visive;
- Patrimonio storico e artistico.

**Settori**  
*(quarto digit classificazione Ateco 2007)*

Settori della cultura

Altri settori

Professioni culturali  
e creative

Core Cultura

Creative driven

Altre professioni

Core Cultura

Professioni  
*(quarto digit classificazione  
Istat CP 2011)*

Sistema Produttivo Culturale e Creativo

# Importanza del settore

---

Europe 2020 (strategia) → Industrie culturali e creative come fattore strategico per lo **sviluppo** e la **coesione** nell'UE (...) Interfaccia tra i vari settori, collegamento tra creatività e innovazione

---

## Hesmondhalgh: le industrie culturali e creative:

- Producono e mettono in circolazione prodotti che **influenzano la nostra conoscenza, comprensione ed esperienza**
- Organizzano e mettono in circolazione la **creatività**
- Promuovono lo **sviluppo, l'occupazione, ecc. e sono fattori di cambiamento** economico, sociale e culturale

# Testi di riferimento

Dispensa