

Ag|Cult

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER GRATUITA

NOTIZIE SETTIMANALI DAL MIBAC, DAL PARLAMENTO, DAL TERRITORIO, DALL'EUROPA E SEGNALAZIONI DI BANDI, CONCORSI E FINANZIAMENTI



Home

Canali ▾

Newsletter ▾

Speciali ▾

Bandi e Gare

Notiziario

Archivio


[Home](#) / [\[Dibattito Aperto\] Cultura e creatività: il soft power dell'Italia per la ripresa](#)

LETTURE LENTE

Romina Surace 1 ottobre 2020 18:56

[Dibattito Aperto] Cultura e creatività: il soft power dell'Italia per la ripresa

Il nostro Paese è conosciuto e amato nel mondo soprattutto grazie alla cultura e alla creatività, ed è da qui che dobbiamo ripartire, cogliendo le opportunità dei fondi in arrivo dall'Europa



© Foto cover: Fornasetti, Tema e Variazioni

La pandemia ha stravolto le nostre vite modificando abitudini e stili di vita, con forti ripercussioni su tutta l'economia e il settore della cultura e della creatività. L'impatto della crisi e la dimensione delle sfide poste per superarla hanno portato Fondazione [Symbola](#), [Unioncamere](#) e Regione Marche - autori da un decennio di un rapporto annuale che restituisce lo stato di salute del settore descrivendone le trasformazioni in atto, ad un cambio di approccio per meglio leggere la realtà in divenire.

NOTIZIARIO



Roma 1 ottobre 2020 19:55

Fondazione Aquileia, Moretuzzo (Patto): dimissioni Zanardi Landi fallimento Giunta

Roma 1 ottobre 2020 19:54

Fondazione Aquileia, Iacop (Pd): dimissioni Zanardi Landi vera perdita

Roma 1 ottobre 2020 19:45

Raggi: Roma pronta a candidarsi per ospitare Expo 2030

Roma 1 ottobre 2020 19:44

Cultura, Cancellato: Legislatore mobilita tutte le risorse possibili pubbliche e private

Roma 1 ottobre 2020 19:43

Ravello Lab, D'Andrea: appuntamento collaudato, per noi importantissimo

Roma 1 ottobre 2020 19:37

Giornata delle fondazioni: delegazione Acri e Assifero ricevuta da Mattarella

Catania 1 ottobre 2020 19:31

Identità linguistico-culturali, Spirlì: In Calabria presto bandi per ralfabetizzare i territori

Roma 1 ottobre 2020 19:04

Per affinare ulteriormente la capacità di ascolto verso una filiera così ampia e variegata e restituire al meglio la pluralità di visioni, è cresciuto il numero di esperti con cui abbiamo costruito un diario di bordo per individuare delle connessioni tra la fase positiva, che caratterizzava la filiera prima della pandemia, le fragilità che l'emergenza ha portato alla luce, e alcune case histories utili a suggerire delle tracce da seguire per immaginare e muoversi verso una fuoriuscita dalla crisi. Il nuovo format della rubrica online, grazie alla velocità e la flessibilità che contraddistinguono la comunicazione digitale, si è rivelato indispensabile per sviluppare riflessioni utili a codificare la realtà magmatica in continua trasformazione. È così che **#IoSonoCultura**, in collaborazione con l'Istituto per il Credito Sportivo, da maggio a luglio ha raccontato l'impatto della crisi sui settori culturali e creativi, le ricadute sul mercato del lavoro culturale, ma anche le tante storie di coloro che stanno cogliendo questo momento per cambiare passo, puntando sulle competenze, le comunità, i territori, le tecnologie.

Inoltre, per far circolare il più possibile le riflessioni e le idee, abbiamo stretto significative collaborazioni con alcune testate giornalistiche di settore, tra cui quella con AgCULT e la sua rubrica Letture Lente.

L'instimabile ricchezza dei contributi raccolti ha alimentato le riflessioni del seminario di fine luglio **Io sono Cultura – Il soft power dell'Italia per la ripresa**, da cui è emersa un chiaro messaggio: l'asso nella manica per la ripresa del nostro Paese non può che essere la nostra cultura.

Nonostante la filiera delle industrie culturali e creative, insieme a quella del turismo, è tra le più colpite dalle misure di contenimento imposte dal Covid-19 (ad eccezione di alcuni comparti), la storia ci insegna che tutte le più grandi crisi sono state superate mettendo in campo grandi azioni di rinnovamento prodotte da una forte spinta culturale. Il nostro Paese non può non provare a scommetterci anche questa volta, perché è grazie soprattutto alla cultura e alla creatività italiana che è conosciuto e amato nel mondo. Quella dei beni culturali, della musica, del cinema, delle arti visive, della letteratura e dei fumetti, ma anche quella che sta dentro i nostri migliori prodotti manifatturieri. Quella che ci dà un grande vantaggio competitivo. Da lì dobbiamo ripartire, cogliendo le opportunità dei fondi in arrivo dall'Europa, indirizzandoli verso il superamento delle criticità che la pandemia ha fatto emergere.

TRASFORMAZIONE RIGENERATIVA DELLA FILIERA PER INNERVARE L'ECONOMIA

La diffusione del Covid-19 è sopraggiunta in un momento particolarmente favorevole, in cui il Sistema Produttivo Culturale e Creativo [1] italiano stava vivendo un momento di grande sviluppo: oltre al fatto che le sue componenti erano sempre più consapevoli di far parte di un sistema, da alcuni anni si registravano importanti segnali di crescita, sia in termini di valore aggiunto e numero di addetti, sia per la sua presenza nelle politiche di sviluppo e coesione delle nostre città.

L'impatto della crisi è stato molto forte per gran parte della filiera, come indicano numerose previsioni di calo sul fatturato elaborate dai diversi comparti. La diffusione dell'epidemia, potente fattore di accelerazione di trasformazioni già in atto, può essere un'occasione di trasformazione rigenerativa per superare tre delle principali fragilità che il settore si stava trascinando da anni. Prima su tutte la frammentazione tra i vari segmenti: le diversità di mondi peculiari, che necessitano di norme e strumenti specifici, va accompagnata da una visione sistemica del settore e un'idea di sviluppo condivisa, frutto di contaminazioni crescenti e necessarie per attivare una catena del valore che renda più sostenibili le produzioni culturali. Da questa sostenibilità dipende il secondo dei grossi nodi da affrontare: il precariato diffuso del lavoro culturale che, in alcuni casi limite, si traduce in lavoro sommerso. Terza criticità è la mancanza di adeguate competenze strategiche, soprattutto in ambito digitale e manageriale.

[Patrimonio Quo Vadis] Ripensare il ruolo sociale dei musei per affrontare le sfide del XXI secolo

Roma 1 ottobre 2020 19:04

[Patrimonio Quo Vadis] II Manifesto dei Musei dei Piccoli Borghi e dei Territori

Roma 1 ottobre 2020 19:03

[Turismo 4.0] Turismo valoriale e patrimonio intangibile: dimensione di prossimità e valori dei territori

Tutte le news

ARTICOLO 9 DELLA COSTITUZIONE



"La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica. Tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione".



SEGUICI SUI SOCIAL



f FACEBOOK

Rafforzare questi tre asset (unione della filiera, condizioni di lavoro, competenze) permetterà di aumentare la qualità dell'offerta culturale. Da un punto di vista di innovazione di prodotto, misurandosi con temi legati alle grandi sfide che caratterizzano la società attuale, per ridisegnare il futuro alla luce dei principi cardine che l'Europa ha posto alla base dell'utilizzo delle risorse del Recovery Fund: digitale e innovazione, sostenibilità ambientale e transizione ecologica, salute. Da un punto di vista di innovazione di processo, riposizionando il fruitore al centro, per coinvolgerlo sempre più attivamente nei processi di produzione culturale, rafforzando la coesione sociale e il senso di comunità attraverso strumenti di innovazione sociale.

Cura dell'ambiente e benessere delle persone definiscono quell'orizzontale alto con cui la filiera nel suo complesso e nelle sue componenti è chiamata a misurarsi, per continuare a svolgere quell'azione rigenerativa, individuale e collettiva che, oggi più che mai, una fetta sempre più grande della società e dell'economia gli riconosce. Un numero crescente di persone, nel silenzio e nel vuoto creato dal lockdown delle nostre abitazioni e delle nostre città deserte, ha infatti compreso cosa significa avere musei, teatri, librerie, cinema, sale da concerto chiusi. Rifugiarsi nell'unica fruizione di prodotti e attività culturali e creative concessa durante il lockdown, quella digitale, ha reso le persone più consapevoli del loro potere di intrattenimento, di conoscenza e sviluppo delle capacità cognitive e relazionali.

Oggi occorre tenere alta l'attenzione acquisita e agire perché l'Italia, attraverso la valorizzazione del suo Sistema Produttivo Culturale e Creativo, riesca a ritagliarsi un ruolo importante nella riscrittura dei valori cui il lockdown ci ha avvicinato (come la riscoperta del valore della casa, del silenzio, della solitudine, della lentezza). Oltre alle politiche assistenziali necessarie per garantire la sopravvivenza di molti comparti della filiera, servono programmi e politiche dedicati, nuove progettualità e snellimenti burocratici.

Cultura e creatività non sono solo un settore economico tra gli altri, ma le competenze culturali e creative hanno il potere di innervare tutti i settori produttivi dell'economia. Per liberare questo potenziale rigenerativo occorre superare l'approccio settoriale e guardare alla filiera come ad un'infrastruttura immateriale per favorire la crescita e il benessere di una società innovativa e coesa. Perché questo avvenga, la strada da percorrere prevede, da un lato, il rafforzamento di tutti gli operatori culturali e creativi, perché interagiscano efficacemente con i sistemi economici e le governance locali; dall'altro, una maggiore compenetrazione tra competenze culturali e creative e resto dell'economia, per rendere tutti i settori economici consapevoli del loro potenziale innovativo e pronti ad incorporarle nei processi di produzione del valore. Investire in cultura e creatività è importante perché la filiera genera un valore aggiunto di oltre 90 miliardi di euro e dà lavoro a 1,5 milioni di persone [2], ma ancor di più perché rappresenta un driver competitivo per tutto il sistema Italia, al pari della green economy. Tutelare e valorizzare questa filiera significa portare avanti un'idea di sviluppo che rappresenta una frontiera di crescita, economica e di coesione sociale, per tutti.

Questa ricca raccolta di visioni realizzata da maggio a luglio ci ha portato all'elaborazione di un nuovo rapporto in pubblicazione entro la fine dell'anno. Nella sua decima edizione, lo sono Cultura 2020 raccoglierà non solo le riflessioni nate per interpretare il momento di discontinuità che stiamo vivendo, ma anche le prime misurazioni dell'impatto che la diffusione del Covid-19 e del lockdown hanno avuto sul Sistema Produttivo Culturale e Creativo. Le novità messe in campo, riguardanti sia i contenuti sia le modalità di restituzione, sono motivate dalla volontà di raccontare una realtà profondamente cambiata che impone grandi sfide alla filiera culturale e creativa e all'economia nel suo complesso, chiamata a trasformarsi in modo radicale secondo gli obiettivi di sostenibilità del terzo millennio indicati dall'ONU nell'Agenda 2030 e in coerenza ai principi che l'Europa ha indicato nell'utilizzo delle risorse del Recovery Fund.

Note e riferimenti bibliografici

[1] Con questo termine nel Rapporto lo sono Cultura" viene definita l'attività di settori



TWITTER



INSTAGRAM



NEWSLETTER SETTIMANALE
GRATUITA



Inserisci la tua mail e ricevi ogni settimana le principali notizie di AgCult

Iscriviti