

**[DIBATTITO APERTO] PROGETTARE IL FUTURO. PARTE 2**

Aspettando la presentazione del X rapporto annuale "Io sono cultura", Fondazione **Symbola** ha lanciato la rubrica settimanale "#IoSonoCultura" per riflettere sull'impatto della crisi sui settori culturali e creativi. È online, su [www.symbola.net](http://www.symbola.net), la rubrica #IoSonoCultura della Fondazione **Symbola**, Unioncamere, Regione Marche in collaborazione con l'Istituto per il Credito Sportivo, che da maggio a luglio, ogni settimana, racconta 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. Un'iniziativa che affianca e anticipa la presentazione del X rapporto annuale "Io sono cultura", che quest'anno per la prima volta si terrà dopo l'estate per raccogliere dati e prime stime sull'impatto della attuale crisi sul sistema culturale e creativo a confronto con i dati 2019. Ecco altri contributi che vanno ad alimentare visioni. **FILIERA ICC ai tempi del COVID-19**

**Sommario dell'incertezza** La pandemia si è abbattuta sul settore culturale imponendo un ripensamento multidimensionale. Le nuove regole di distanziamento e il crollo dei flussi turistici configurano una ripresa per i beni e le attività culturali con una severa riduzione delle presenze, in grado di minare la sostenibilità economica di molte istituzioni. I luoghi della cultura coincidono con gli spazi della socialità; la capacità di inventare nuovi formati e nuovi prodotti culturali che utilizzino i vincoli imposti costituirà, quindi, una possibilità di riappropriarsi della dimensione sociale.

Pur in una situazione di grande incertezza, la cultura, pena l'irrelevanza, dovrà indicare le modalità di un nuovo patto con il turismo, sia nel mitigare i casi di over-tourism delle città d'arte, sia nei territori a bassa densità rurali e montani. Tra i compiti irrinunciabili per la filiera culturale e creativa, la costruzione di una cultura della sostenibilità dei luoghi, della socialità e anche dell'economia, nonché la rapidità nel dotarsi di strategie per provare a uscire dall'impasse. Questo contributo fa parte della rubrica #iosonocultura, parte del Decimo rapporto IO SONO CULTURA realizzato da Fondazione **Symbola**, Unioncamere e Regione Marche in collaborazione con l'Istituto per il Credito Sportivo. Realizzato in collaborazione con Realizzato in collaborazione con Luca dal Pozzolo - Fondazione Fitzcarraldo

Per approfondire: [https://bit.ly/iosonocultura\\_ICCAgcult](https://bit.ly/iosonocultura_ICCAgcult)  
**EDITORIA** La rigenerazione del libro L'industria culturale del libro, la più importante fra tutte le industrie culturali, vale 3 miliardi di euro. O meglio, li valeva. Il covid-19 porterà ad una perdita secca prevista tra il 20% e il 30% del fatturato. La lettura, da sempre un rifugio di senso, un altrove fatto di bellezza e consapevolezza, nello scoppio della pandemia è stata travolta dalla paura, dall'ansia per un futuro incerto, da un presente che ci ha condotto nella fase più acuta della crisi. Ma soprattutto l'editoria era impreparata. In questi dieci anni di Io sono Cultura spesso abbiamo registrato questa anomala e strana resistenza al nuovo. Oggi si continuano a scrivere, editare, pubblicare, distribuire e vendere libri come faceva Charles Dickens negli anni 50 dell'800. Afflitta dalla "sindrome Pickwick" l'editoria libraria italiana oggi ha l'occasione di aprirsi finalmente all'innovazione all'interno di un mercato che sembra finalmente cercare altri sbocchi rispetto alla difesa di un mondo che non può più essere. Questo contributo fa parte della rubrica #iosonocultura, parte del Decimo rapporto IO SONO CULTURA realizzato da Fondazione **Symbola**, Unioncamere e Regione Marche in collaborazione con l'Istituto per il Credito Sportivo. Realizzato in collaborazione con Realizzato in collaborazione con Paolo Marcesini - Direttore Memo Grandi Magazzini Culturali

Per approfondire: [https://bit.ly/iosonocultura\\_editoriaAgcult](https://bit.ly/iosonocultura_editoriaAgcult)  
**Big data e Industrie Culturali e Creative:** cultural data science a tempo di COVID-19 Anche se oggi creiamo, consumiamo o consultiamo dati incessantemente, il loro utilizzo sistematico e strategico rimane

Per approfondire: [https://bit.ly/iosonocultura\\_editoriaAgcult](https://bit.ly/iosonocultura_editoriaAgcult)

Per approfondire: [https://bit.ly/iosonocultura\\_editoriaAgcult](https://bit.ly/iosonocultura_editoriaAgcult)

un'eccezione di poche aziende "data-driven", soprattutto tra le filiere culturali. Nonostante i casi innovativi dimostrino l'utilità dei big data per una gestione più efficace delle organizzazioni culturali o per una migliore allocazione dei fondi pubblici. Tra questi ne abbiamo scelti tre: il primo riguarda l'utilizzo di tecniche di elaborazione del linguaggio naturale e clustering delle informazioni fornite dagli enti di beneficenza in Inghilterra e Galles al momento della registrazione. Lo studio del Creative Industries Policy and Evidence Centre, in partnership con Nesta, potrebbe facilitare l'identificazione di nuove missioni emerse dal basso, verso cui indirizzare i finanziamenti. C'è invece chi ha fatto della scienza dei dati applicata alla cultura una professione: dal cultural data scientist Vishal Kumar ad imprese come Dexibit, che offre servizi di data analytics per studiare i pubblici di luoghi di cultura e predirne i flussi. Questo contributo fa parte della rubrica #iosonocultura, parte del Decimo rapporto IO SONO CULTURA realizzato da Fondazione **Symbola**, Unioncamere e Regione Marche in collaborazione con l'Istituto per il Credito Sportivo. Realizzato in collaborazione con Valentina Montalto, ricercatrice in economia della cultura e sviluppo locale presso il Joint Research Centre (JRC) della Commissione europea. Per approfondire: [https://bit.ly/iosonocultura\\_BigDataAgcult](https://bit.ly/iosonocultura_BigDataAgcult)

Cultura, creatività e benessere: verso un welfare culturale Il Welfare culturale promuove un modello integrato di benessere degli individui e delle comunità, attraverso pratiche fondate sulle arti visive, performative e sul patrimonio culturale. Fondato sul riconoscimento, sancito anche dall'OMS, dell'efficacia delle attività culturali e creative come fattore di promozione del benessere individuale (dalla salute fisica alla soddisfazione per la vita) e della coesione sociale. Sperimentato da almeno 30 anni, soprattutto nei Paesi scandinavi e nel Regno Unito, il Welfare culturale presuppone la collaborazione interdisciplinare e l'integrazione di scopo fra sistemi istituzionali connessi alla salute, alle politiche sociali, alla cultura e creatività. In Italia il ricorso a pratiche di questo tipo sono numerose e in via di consolidamento negli ultimi due decenni. La Nuova Agenda Europea della Cultura 2030 indica come pilastri delle prossime decadi i crossover culturali, in primis quello tra cultura e benessere. Perché il Welfare culturale sia leva sociale ed economica del Paese occorre puntare ad azioni di sistema. Questo contributo fa parte della rubrica #iosonocultura, parte del Decimo rapporto IO SONO CULTURA realizzato da Fondazione **Symbola**, Unioncamere e Regione Marche in collaborazione con l'Istituto per il Credito Sportivo. Realizzato in collaborazione con Annalisa Cicerchia e Catterina Seia, Associate Founder CCW-Cultural Welfare Center Per approfondire: [https://bit.ly/iosonocultura\\_ICCSalute\\_Agcult](https://bit.ly/iosonocultura_ICCSalute_Agcult)

[ [DIBATTITO APERTO] PROGETTARE IL FUTURO. PARTE 2 ]