

iPhone/iPad app Android app Altro

29 giugno 2016

L'HUFFINGTON POST

IN COLLABORAZIONE CON IL Gruppo Espresso

Edizione: IT

Mi piace 718 mila

Newsletter

HOME POLITICA ECONOMIA CRONACA ESTERI CULTURE DIRITTI LA VITA COM'È TERZA METRICA FUNZIONA! STILE VIDEO

Gay voices • Salute • Fotografia • Arte • TV • Viaggi • Scienza • Tech • Change.org • Fondazione Veronesi • Sant'Egidio • Europei 2016 • No agli sprechi alimentari



Anche il "Libanese" ha un cuore: il "T'appartengo" della moglie all'altare lo fa commuovere



Un'orgia con Taylor Swift, Donald Trump, Rihanna e molti altri: la foto scandalo di Kanye West



Un piscina di Coca Cola e un secchio di Mentos: l'esperimento è "indecente"

BLOG

I commenti originali e le analisi in tempo reale a cura delle firme dell'HuffPost



Gian Paolo Manzella Diventa fan

Consigliere della Regione Lazio per il Partito Democratico. Mi
interessa di questioni europee, innovazione, industrie creative.



Come cambia il finanziamento alla cultura

Pubblicato: 29/06/2016 11:01 CEST | Aggiornato: 6 minuti fa



0 0 0 0
Mi piace Condividi Tweet + Condividi Commento

Che con la cultura "si mangia" è, oramai, un fatto. Assodato, in qualche modo. Ce lo ha ricordato, ancora qualche giorno fa, il rapporto 2016 della Fondazione Symbola. Io sono cultura, che annualmente si incarica di calcolare il valore economico della cultura e della creatività italiane. Quest'anno è a 89,7 miliardi di Euro, il 6,1% della ricchezza del nostro paese. Senza contare, poi, gli effetti indiretti, che portano tale contributo alla percentuale del 17%, con un valore complessivo di 249.8 miliardi.

Non c'è solo questo dato quantitativo, però, a catalizzare l'attenzione. Le industrie creative sono oramai un fenomeno che dà corpo alle politiche - in un primo tempo urbane e oggi non solo - delle realtà più dinamiche del mondo. Le promuovono organizzazioni internazionali quali l'Unesco, l'Unctad e la Banca Interamericana di Sviluppo, Stati, regioni e città le hanno individuate come strumenti di crescita e hanno strategie sempre più articolate e precise sul punto. C'è una Creative Catalonia e una Creative Wallonia, una Creative Strategy a Singapore e una agenzia pubblica CreateHK a Hong Kong, una Buenos Aires Creativa e una Creative City Sidney. Al di là di un nome in qualche modo effimero, le industrie creative sono, insomma, un fenomeno reale: destinato a durare.

PUBBLICITÀ

CONTENUTO OFFERTO DA MICROSOFT



5 idee per rendere smart la tua azienda

In breve | Commenti | 05.25.2016

I PIÙ CLICCATI SU HUFFPOST

"Qui Siete Più Che Benvenuti". Il Messaggio Del Sindaco Khan Agli Europei Che Vivono A Londra



Eppure Le Periferie Parlano Ma Il Pd Non Le Ha Ascoltate



C'è anche, però, un risvolto della medaglia in questa ondata che sta attraversando il mondo. Se la cultura si vede riconosciuta una valenza economica sempre più precisa, devono cambiare, e di molto, anche le sue fonti di finanziamento e le modalità di intervento del settore pubblico a suo sostegno. E quale sia la direzione che sta per prendere il tutto ce lo dicono diverse esperienze, che cominciano a divenire prassi.

Nei contesti più innovativi, di fronte ai tagli della spesa pubblica, iniziano a sperimentarsi e proporsi, infatti, **forme nuove di finanziamento del settore**: sia delle imprese "basate" sulla cultura, sia delle attività più propriamente artistiche. Nuove forme che allontanano il concetto di finanziamento della cultura dai meccanismi di pura sovvenzione liberale e lo indirizzano verso strumenti capaci di attivare risorse dei privati, spesso in collaborazione con quelle del settore pubblico.

C'è, innanzitutto, il *crowdfunding*, pratica oramai ampiamente utilizzata per realizzare progetti imprenditoriali o culturali e che in alcune realtà - quella svedese e quella australiana ad esempio - serve anche da "guida" del settore pubblico nella selezione dei progetti da finanziare. Il meccanismo è semplice: i progetti passano un primo "esame" dell'amministrazione che ne valuta l'interesse pubblico; sono presentati su una piattaforma specializzata nella raccolta di capitali presso investitori, siano operatori finanziari o semplici privati sottoscrittori; se superano determinate percentuali di raccolta, ottengono i finanziamenti pubblici necessari a coprire il costo complessivo. Ed è così che l'amministrazione ha nel mercato - meglio ancora, nella cittadinanza - un alleato per scegliere iniziative su cui ci sia effettivo interesse collettivo e, d'altra parte, con minori risorse pubbliche a disposizione, finanzia un numero maggiore di attività.



In ambito non troppo lontano si registra la diffusione di acceleratori e incubatori - luoghi gestiti da operatori esperti nel far crescere le imprese innovative - che si specializzano nel sostegno alle *startup* creative e culturali. O, come in esperienze tedesche, si assiste alla costituzione di fondi pubblici di *venture capital* specializzati nel settore. Le amministrazioni pubbliche cominciano, insomma, a rischiare insieme ai privati su iniziative nei settori culturali e creativi: o direttamente o sostenendo operatori specializzati - incubatori e acceleratori, appunto - che aiutano imprese di questi settori a realizzare i propri progetti.

E, a ben guardare, vi sono anche altri sviluppi ad andare nella stessa direzione. L'attenzione crescente attribuita al calcolo del ritorno economico delle manifestazioni culturali. L'affacciarsi di investimenti in ricerca e sviluppo, sempre più importanti per parlare ai "nuovi pubblici" della cultura, per sperimentare modelli di business culturale, per adeguarsi ai cambiamenti tecnologici. La trasformazione di contributi pubblici in partecipazioni agli utili al momento in cui le iniziative sostenute dall'amministrazione divengano di successo. Il moltiplicarsi di programmi per avvicinare creativi e operatori della cultura agli strumenti della finanza, del marketing, della contabilità.

Se gli anglosassoni sono sicuramente all'avanguardia sul punto è questa la strada che si apre anche per noi. Che sia così ce lo dicono alcune nostre esperienze nazionali. Pensiamo ad esempio a quelle di *crowdfunding* pubblico che in alcune realtà locali sono mirate alla creatività e la cultura, a cominciare dalle esperienze di Bologna per il **restauro del portico di San Luca** e di Milano per **progetti di innovazione sociale**. In linea con i più recenti indirizzi è lo stesso legislatore italiano che comincia a occuparsi di questi temi con la proposta di legge **C-2950** (prima firmataria on. Ascani) attualmente in discussione alla Camera dei Deputati. In alcune regioni ci sono proposte per il *crowdfunding* di progetti creativi e culturali - sia di **natura imprenditoriale**, sia civici - e altre forme innovative di sostegno finanziario.

Sono segnali chiari, che disegnano un cambiamento profondo nel modo in cui si guarda al finanziamento del fenomeno culturale. Un passaggio da attuare pienamente - e, quindi, nei fatti - se vogliamo che sia sino in fondo capito il messaggio secondo cui con la cultura "si mangia".

• Segui gli aggiornamenti sulla nostra pagina Facebook

 Mi piace  Condividi Piace a 718 mila persone. Iscriviti per vedere cosa piace ai tuoi amici.

• Per essere aggiornato sulle notizie de *L'HuffPost*, clicca sulla nostra Homepage

• Iscriviti alla newsletter de *L'HuffPost*

Si Dimette Il Commissario Britannico Hill: È L'uomo Di Cameron In Ue



ANGELA CHIAMA MATTEO NEL NUOVO DIRETTORIO EUROPEO



Due Anni Per L'addio A Bruxelles. Ecco Le Tappe Della Brexit



Ekué Folly, Africano Espulso Dalla Onlus Della Kyenge Perché Leghista



Due Sondaggi Danno In Testa Il Brexit Sul Filo Di Lana



La Cool Britannia Si Risveglia Coi Capelli Bianchi



Venditti Dedicata "Notte Prima Degli Esami" Alla Nipote. E Si Commuove