

INDICE

XI **Introduzione**

XIII **Ringraziamenti**

PARTE I

L'ITALIA E LA CREATIVITÀ

3 **1 Cultura, creatività, industria**

Walter Santagata, Enrico Bertacchini, Paola Borrione, Aldo Buzio

4 Creatività e qualità sociale: verso un modello italiano

19 Il macrosettore delle industrie culturali e della creatività in Italia

28 Conclusioni

31 **2 Il modello italiano di creatività: il posizionamento
internazionale**

*Enrico Bertacchini, Aldo Buzio, Sergio Foà, Walter Santagata,
Emanuela Scridel*

31 L'Italia in Europa e nel mondo

32 Le politiche europee per la creatività e la produzione di cultura

40 Analisi comparata degli approcci alla creatività e alla produzione
di cultura

47 Conclusioni

49 **3 Le città creative e il territorio**

Guido Martinotti, Irene Tinagli, Pier Luigi Sacco

49 Il quadro delle trasformazioni dei sistemi urbani nel XX secolo

65 La «geografia della creatività» e il ruolo delle città

68 Città come luoghi di attrazione, consumo e socialità

71 Città come luoghi di produzione e diffusione

72	Oltre la produzione e il consumo: come coltivare gli «ambienti creativi»
73	Rischi e dilemmi delle città creative
75	Le città italiane: un modello di creatività?

PARTE II

LA CULTURA MATERIALE CONTEMPORANEA

81	Introduzione a una teoria dei beni della cultura materiale
89	4 Design e cultura materiale
	<i>Tiziana Cuccia, Pier-Jean Benghozi, Andrea Granelli</i>
89	Verso una definizione di design
92	Alle radici del design in Italia
93	Il design nei distretti culturali metropolitani
95	Il design nei distretti industriali
97	I rapporti di collaborazione tra designer e imprese
101	Un caso emblematico: Milano e gli attori del design nel settore dell'arredamento
103	Il design: alcuni numeri
107	La formazione dei designer e la tutela della professione
109	Conclusioni
111	5 La moda, un'eccellenza oltre il mito
	<i>Walter Santagata, Paola Borrione, Christian Barrère</i>
111	La moda come sistema di sistemi
112	La moda e il sistema della produzione
113	La moda e il mondo della creatività
114	Il quadro quantitativo: struttura e trend
117	Il settore del fashion design: dalla concezione alla distribuzione
123	Il mercato della moda e le sue trasformazioni
124	Il cambio generazionale e le case di alta moda
125	L'industria del lusso
126	La proprietà intellettuale e la contraffazione
126	Moda, musei, mostre
128	Moda e formazione professionale
128	Conclusioni

131	6 L'industria del gusto	<i>Annalisa Cicerchia, Caterina Federico, Priscilla Altili, Christian Barrère</i>
131	Gusto, alimentazione e cucina: eccellenza italiana a tavola	
136	La geografia del gusto	
139	La filiera	
150	Pirateria agroalimentare tra sofisticazioni e violazioni del disciplinare	
152	Conclusioni	

PARTE III

LE INDUSTRIE DEI CONTENUTI E DELL'INFORMAZIONE

157	Introduzione a una teoria dei beni delle industrie dei contenuti e dell'informazione	
163	7 Il cinema italiano	<i>Severino Salvemini con la collaborazione di Francesco Casetti, Armando Fumagalli, Andrea Rocco</i>
163	Un rimbalzo promettente	
165	Un modello di business diverso	
167	Aspettative degli spettatori più chiare	
169	Il mercato del cinema	
190	La produzione di fiction televisiva e la sua ricaduta sul territorio	
193	L'attività delle film commission	
195	Conclusioni	
195	Appendice	
201	8 Televisione, radio ed editoria	<i>Peppino Ortoleva</i>
201	Osservazioni generali	
209	I singoli settori: editoria e broadcasting	
217	Conclusioni	
221	9 Computer, software e ICT	<i>Cristiano Antonelli, Francesco Quatraro, Aldo Buzio</i>
221	Introduzione	
224	Le origini delle tecnologie dell'informazione	
227	Il caso italiano	
239	Conclusioni	

243 **10 Branding, comunicazione e pubblicità**

Stefano Rolando, Ariela Mortara

243 Il pregresso dell'esperienza italiana

248 Creatività e comunicazione in Italia oggi

263 Conclusioni

PARTE IV

IL PATRIMONIO STORICO E ARTISTICO

267 **Introduzione a una teoria dei beni del patrimonio storico e artistico**

271 **11 Il patrimonio culturale**

Martha Friel, Guido Guerzoni, Walter Santagata, Paolo Leon, Andrea Granelli

271 Creatività, patrimonio culturale e industria culturale

273 Il patrimonio come industria culturale

277 Turismo culturale e città d'arte

280 L'impatto economico delle istituzioni e degli eventi culturali

286 L'aumento della domanda di visitatori

291 Conclusioni

295 **12 Architettura e identità culturale**

Erminia Sciacchitano

295 La sfera creativa

296 Creatività e qualità architettonica

299 Il modello italiano

306 I mattoni della creatività

308 Le ali della creatività

315 Conclusioni

321 **13 Musica e spettacolo: il palcoscenico dimezzato**

Michele Trimarchi, Alessandra Puglisi

321 Spettacolo dal vivo e creatività

323 L'opera lirica, italiana ma non troppo

326 La struttura produttiva: fasti di scena e vincoli sindacali

329 Entrate e spese delle fondazioni liriche

332 Lo spettacolo dal vivo: riflettori sulla burocrazia

335	La formazione per lo spettacolo: «Un somaro, ma solenne!»
338	Verso una legge di riforma
340	L'industria discografica tra debolezze e potenzialità
343	Conclusioni
347	14 L'arte contemporanea
	<i>Pier Luigi Sacco, Angela Vettese</i>
347	Motore e specchio del cambiamento post-industriale
349	Effetti di selezione: l'Italia nel contesto internazionale
351	Elementi per una politica del contemporaneo in Italia
354	Difficoltà dei giovani artisti italiani e carenze del sistema formativo
359	I riflessi sul collezionismo
361	Le aziende e l'arte contemporanea
362	I musei e la costruzione del pubblico dell'arte contemporanea
364	Un radicale cambiamento di linguaggio
368	Conclusioni
371	Conclusioni: strategie e azioni per la crescita
	<i>Cristiano Antonelli, Enrico Bertacchini, Annalisa Cicerchia, Tiziana Cuccia, Martha Friel, Andrea Granelli, Guido Guerzoni, Paolo Leon, Peppino Ortoleva, Stefano Rolando, Pier Luigi Sacco, Severino Salvemini, Walter Santagata, Erminia Sciacchitano, Emanuela Scridel, Michele Trimarchi</i>
371	Ambizioni e Decisioni fondamentali
380	Le città creative e il territorio
382	Valorizzare la cultura materiale come segno italiano di eccellenza
391	Dare spazio alla creatività nel mondo dell'informazione, delle comunicazioni e della produzione di contenuti
397	Valorizzare il patrimonio storico e artistico
405	Gli autori
407	Bibliografia