

## INTRODUZIONE

Il decreto istitutivo della Commissione di studio incaricata il 30 novembre 2007 di elaborare un *Rapporto sulla creatività e produzione di cultura in Italia* chiedeva di analizzare i seguenti punti:

- a) le caratteristiche di un modello italiano di creatività e produzione culturale;
- b) la stima del valore economico delle industrie culturali italiane;
- c) l'analisi e confronto tra le politiche culturali della UE e dei paesi membri;
- d) le raccomandazioni per il rilancio della produzione di cultura.

Il *Libro bianco sulla creatività*, di conseguenza, si propone due obiettivi. In primo luogo delineare il profilo essenziale di un modello italiano di creatività e produzione culturale nella convinzione che si debba ritrovare la creatività per aiutare lo sviluppo del paese e per valorizzarne la posizione nel contesto internazionale. In secondo luogo, offrire un contributo alla conoscenza e definizione del macrosettore delle industrie culturali che per diffusione, trasversalità e immaterialità di molte sue componenti non ha nel nostro paese un'identità statistica chiara e ben percepita.

Per contribuire al successo dell'industria culturale italiana il *Libro bianco* traccia, inoltre, alcune strategie d'azione coordinate per superare sfide e vincoli che ne rafforzano o indeboliscono i settori e i contesti: le città creative, il design e la cultura materiale, la moda, l'architettura, l'economia della conoscenza, la pubblicità, il cinema, la tv, la radio, l'editoria, l'industria del gusto, l'arte contemporanea, la musica e il patrimonio culturale. L'urgenza dell'azione è quasi un monito: essere all'altezza della cultura materiale e umanistica del nostro passato e non perdere il contatto con la cultura tecnologica del futuro.

I capitoli 1 e 2 definiscono il quadro teorico e quantitativo del modello italiano di creatività e la cornice delle politiche europee e internazionali. Il

capitolo 3 aggiunge il riferimento alle città creative, storica eccellenza della creatività italiana.

I capitoli successivi affrontano i problemi settoriali. Innanzitutto offrono una teoria dei beni dell'arte e della cultura rivelando specificità spesso sottovalutate dalle analisi tradizionali. Offrono una rappresentazione dei diversi settori cogliendone i punti di forza e di debolezza e sono in parte orientati alla descrizione dei mercati, in parte alla problematica della produzione di cultura. Il legame con la creatività è spesso esplicito e viene analizzato con cura, ma a volte è implicito nelle strutture socioeconomiche che vengono descritte e di cui si presentano i problemi di strategia. La creatività è sempre il primo prerequisito strategico per il successo del settore.

Il capitolo finale contiene raccomandazioni e indicazioni di politiche culturali attuabili sia nel lungo periodo (17 Decisioni fondamentali) sia nel breve periodo e relative ai diversi settori culturali (53 Azioni).

Si ringrazia il maestro Michelangelo Pistoletto per aver scelto le immagini della copertina e quelle introduttive di ogni capitolo. È stato un esempio eccellente di rapporto tra arte, conoscenza e qualità sociale e al tempo stesso un monito creativo per tutti i collaboratori del *Libro bianco sulla creatività*.