

# politichepiemonte

CULTURA E CREATIVITÀ

49 | 2017



## INDICE

- 3 EDITORIALE. Cultura e creatività per lo sviluppo dei territori  
di Paola Borrione
- 4 Innovazione, partecipazione e territorio: il nuovo patrimonio culturale delle città  
di Alessio Re
- 7 Le industrie culturali e creative sul territorio regionale piemontese  
di Cecilia Mereghetti, Paola Borrione
- 11 Realtà e potenzialità delle industrie culturali e creative in provincia di Cuneo  
a cura dei ricercatori del CSS-EBLA
- 15 Torino, design of the city  
di Luigi Ratclif
- 17 Pratiche culturali e politiche pubbliche nel quartiere di Barriera di Milano, Torino  
di Sara Bonini Baraldi, Carlo Salone

Questo numero di Politiche Piemonte è stato curato da **Paola Borrione**

# Cultura e creatività per lo sviluppo dei territori

## Come va il Piemonte

di Paola Borrione (Head of Research, CSS\_EBLA)

Questo numero di Politiche Piemonte presenta le riflessioni di una serie di ricerche condotte di recente sul ruolo delle industrie culturali e creative quali fattori di sviluppo socioeconomico dei territori. I lavori presentati hanno in comune un modello interpretativo che attribuisce alle espressioni culturali non solo un ruolo identitario, ma le considera anche un elemento costitutivo dei processi economici. Questa prospettiva, adottata in analisi condotte dai più autorevoli enti internazionali (quali KEA, DCMS, WIPO, UNCTAD, UNESCO), ha connotato diversi lavori anche in ambito italiano. Possono essere ricordati il *Rapporto sull'economia della cultura in Italia 1990-2000* (Bodo e Spada, 2004), il rapporto sviluppato dall'Istituto Tagliacarne del 2007 *Le attività economiche collegate alla valorizzazione del patrimonio culturale*, e il *Libro Bianco sulla Creatività* di Walter Santagata, del 2009 *Libro Bianco sulla Creatività. Per un modello italiano di sviluppo*, che individua nel patrimonio culturale, nella cultura materiale e nell'industria dei contenuti i tre pilastri dello sviluppo culturale italiano. E' infine importante ricordare il Rapporto di Symbola-Unioncamere *Io sono cultura*, riproposto ogni anno dal 2011 (seppur pubblicato con un diverso titolo nei primi due anni).

Nei contributi che seguono tale prospettiva viene adottata e applicata a diverse scale territoriali: dal territorio regionale a quello di un singolo quartiere di Torino, con il risultato di offrire una lettura dei differenti livelli e meccanismi in base ai quali le attività culturali e creative contribuiscono a modellare il panorama socioeconomico di un territorio.

Il lavoro di Alessio Re, ***Innovazione, partecipazione e territorio: un rinnovato ruolo per il patrimonio culturale delle città***, racconta il contesto piemontese secondo le diverse prospettive esistenti sul territorio regionale: delle designazioni UNESCO e della particolare condizione di Torino, *unicum* a livello internazionale per i riconoscimenti ottenuti, di quella dello sviluppo progettuale legato alle periferie delle città e alle aree interne.

Il lavoro di Mereghetti e Borrione, ***Le industrie culturali e creative sul territorio regionale piemontese***, compie una prima riflessione sulla presenza, organizzazione e storia recente delle industrie culturali e creative nel territorio regionale piemontese e in particolare nelle province e nelle città che costellano la regione, utilizzando quale strumento di indagine il modello elaborato da Santagata in "Atmosfera Creativa" (2009).

I ricercatori del CSS-EBLA raccontano i principali risultati della ricerca ***Fattore Cultura: realtà e potenzialità delle industrie culturali e creative in provincia di Cuneo***, nel capitolo omonimo. Si tratta di una riflessione che tratteggia le principali caratteristiche della produzione culturale nel territorio cuneese. Il focus principale dell'articolo è dedicato ad alcuni fenomeni di particolare interesse, quali la preponderanza del settore del Gusto fra le industrie culturali e la presenza di alcune esperienze innovative nel campo delle industrie dei contenuti.

L'intervento di Ratclif, ***Torino, design of the city***, fa invece il punto su una politica culturale intrapresa di recente dalla città di Torino, quella legata alla valorizzazione del sistema del design cittadino, che poggia su una oramai storica presenza di servizi dedicati e culminata con l'attribuzione alla città nel 2014 del titolo di Creative City UNESCO per il Design, attualmente unica città italiana all'interno di questa categoria.

Chiude la riflessione il lavoro di Sara Bonini Baraldi e Carlo Salone, il cui articolo, ***Pratiche culturali e politiche pubbliche nel quartiere di Barriera di Milano, Torino***, prende le mosse da una più ampia indagine condotta dagli autori nel quartiere di Barriera di Milano (To), con l'intento di mettere in luce il livello e la qualità del radicamento delle organizzazioni culturali indipendenti che operano nell'area, il loro coinvolgimento nelle politiche pubbliche focalizzate sul quartiere e i modelli organizzativi adottati. Il lavoro mette in luce la natura delle relazioni che intercorrono (o per meglio dire, che non intercorrono) tra le esperienze e i progetti messi in campo dagli attori culturali e le linee di azione dell'amministrazione pubblica locale, soprattutto nel quadro delle politiche di rigenerazione urbana. Questa rilettura critica non è fine a sé stessa, ma dev'essere vista come uno stimolo per una ridefinizione dei contenuti e delle modalità delle politiche culturali urbane torinesi.

# Innovazione, partecipazione e territorio: il nuovo patrimonio culturale delle città

di Alessio Re (CSS-EBLA)

## Introduzione

Nel panorama mondiale si è ormai affermato un vero e proprio movimento delle città che fanno - delle politiche di innovazione e di sostegno alla cultura - una nuova strategia di sviluppo e lo strumento per diventare globali: cioè diventare capaci di attrarre talenti, capitali e investimenti, turisti, attraverso il proprio *soft power*.

Le ricerche svolte sul rapporto città, cultura e creatività dimostrano che esiste una forte relazione tra alcune specifiche qualità e performance delle aree urbane (qualità dell'ambiente architettonico e naturale, vivacità ed interculturalità della vita civile e culturale, connettività tecnologica, accessibilità e rapidità degli spostamenti, ecc.) e la capacità relativa delle stesse di generare qualità sociale e valori culturali all'interno delle loro comunità.

Nel perdurante contesto economico di crisi, si pone l'esigenza di ripensare e riprogettare la "governance" dei patrimoni urbani e territoriali di proprietà o di interesse pubblici, non solo negli ovvi termini di doverne adeguare la gestione a principi di efficienza, eliminazione degli sprechi, attenzione alla redditività e adeguate risposte alla domanda, ma anche e soprattutto in termini di visione strategica. La crisi economica, se da un lato ha portato a una diminuzione della spesa pubblica per la cultura e delle possibilità di intervento pubblico diretto, dall'altro ha però creato uno spazio perché si sviluppasse azioni e visioni nuove, ispirate a un maggiore coinvolgimento e partecipazione attiva delle imprese private e dei cittadini, sia in funzione di interessi comuni e convergenti, sia per la connessione al patrimonio in termini di filiera.

Su queste premesse, sembrano possibili alcune brevi riflessioni sul contesto piemontese.

## La ricerca

*Torino, Piemonte e UNESCO*

Torino e il territorio del Piemonte rappresentano oggi un contesto che attraversa una fase di interessante e significativa evoluzione dato dall'investimento nei decenni precedenti della città e della Regione sui suoi beni culturali. Uno sforzo che ha portato nel tempo a una "collezione" di riconoscimenti della comunità culturale internazionale, quali le designazioni UNESCO che fanno probabilmente di Torino un *unicum* a livello europeo e mondiale. Torino è infatti nelle liste dell'UNESCO per il sistema delle Residenze Sabaude (Patrimonio Mondiale dell'Umanità) come Città Creativa per il design e come Riserva della Biosfera (programma *Man and Biosphere*) per la sostenibilità ambientale. Si aggiungono a questi riconoscimenti altri cinque territori riconosciuti dall'UNESCO in tutto il Piemonte e la città industriale del XX secolo di Ivrea, nell'area metropolitana torinese, che ha già presentato la propria candidatura.

Questo patrimonio è sempre più esplicitamente indicato dall'UNESCO come potenziale fattore propulsivo sia per la crescita culturale sia per le ricadute economiche (non solo turistiche) e sociali che può generare, invitando i territori a integrare la conservazione dei valori culturali del patrimonio con la gestione del suo sistema economico e sociale. Il rischio, altrimenti, è quello di non riuscire a governare dinamiche economiche che finiscono inevitabilmente per prevalere sul valore culturale, sfruttandolo e progressivamente distruggendolo. (Il caso di Venezia è certamente il più paradigmatico -ma non l'unico- dei casi in cui la speculazione e il mancato governo delle dinamiche turistiche ha generato effetti negativi talmente elevati che ormai risulta estremamente difficile bilanciare.)

L'integrazione tra patrimonio culturale delle nostre città e sistema produttivo è peraltro uno dei tratti distintivi di tutta l'esperienza italiana di governo del territorio. Lo si riconosce ad esempio in quelle realtà dove piccole imprese sono state capaci di generare nel tempo un'atmosfera in cui conoscenze, informazioni e tecnologie hanno circolato liberamente, in cui si è riuscita a creare una reputazione di livello internazionale grazie a processi produttivi di qualità e in cui si è generata, di conseguenza, un'immagine attrattiva anche dal punto di vista turistico. Esempio emblematico ne sono i paesaggi vitivinicoli di Langhe e Monferrato, risultato di una catena di creazione del valore che oggi vede emergere l'aspetto culturale come fattore propulsivo di economie e sviluppo locale, non soltanto legate al turismo e che va oltre all'aspetto produttivo.

### *Segnali di vivacità*

Anche se a livello nazionale manca una politica di sviluppo economico sistematica, in considerazione del contesto di crisi economica e conseguente ristrettezza di risorse che accompagna il Paese da ormai circa 10 anni, si possono cogliere negli ultimi anni segnali promettenti di vivacità nella valorizzazione di tutto questo patrimonio. Segnali legati in particolare a fenomeni che si leggono con evidenza soprattutto nelle città medio-grandi: tra questi, lo sviluppo di alcune produzioni culturali innovative, la crescita costante dei visitatori (nazionali e internazionali), la diffusione di servizi per la migliore fruizione e la vivibilità delle città storiche e dei suoi attrattori.

### *Centri e Periferie*

In parallelo, si sta progressivamente consolidando nell'attenzione politica e mediatica il tema dei modelli di sviluppo delle periferie, a partire dai processi di rigenerazione urbana. L'argomento è stato oggetto (giugno 2016) del bando del Governo per la riqualificazione delle periferie delle città metropolitane e dei capoluoghi di provincia (2 miliardi di euro di dotazione): la maggior parte dei progetti presentati hanno utilizzato il fattore culturale come driver di riqualificazione urbana. Esperienze di interesse sono da ricercare inoltre nelle iniziative del gruppo G124 voluto da Renzo Piano sui processi sociali per la ricucitura delle periferie; nel documentario *Borgovecchio Factory* di Associazione Push; o ancora nel percorso di candidatura della città di Settimo Torinese a capitale italiana della cultura 2018 (titolo poi attribuito a Palermo) attraverso un significativo lavoro di partecipazione civica di realtà come la biblioteca Archimede. La stessa candidatura alla Lista del Patrimonio Mondiale dell'UNESCO della città olivettiana di Ivrea, va letta come segnale di cambio dei paradigmi e del ruolo del patrimonio culturale per la collettività.

Il ripensamento di luoghi simbolici dei contesti urbani diventa occasione per dare impulso a progettualità creative e di innovazione sociale, rivolte principalmente alle giovani generazioni e ai nuovi cittadini, come nel caso delle Officine Grandi Riparazioni a Torino o il recupero dell'area Ex Ansaldo a Milano che ospita il Museo delle Culture (Mudec), il Base coworking e la Cariplo Factory. Le fondazioni bancarie, si veda anche il progetto del Polo del 900 ai Quartieri Militari di Torino sostenuto dalla Compagnia di San Paolo, continuano quindi a svolgere un ruolo essenziale nello *start-up* di alcune delle esperienze più significative di collaborazione tra profit e no-profit, oltre che con le istituzioni.

In senso ancora più ampio, troviamo il tema del riscatto delle aree di margine che si riscontra nella Strategia nazionale aree interne: a dicembre 2016 sono state selezionate 68 aree progetto (1043 comuni) che potranno beneficiare dei finanziamenti (190 milioni) per iniziare percorsi di sviluppo e aumento servizi, prevalentemente fondati sul settore culturale agroalimentare e del turismo. Proprio nelle aree più marginali spesso si riscontrano iniziative pionieristiche come il Festival Studi Aperti di Ameno (Novara), il Nuovi Mondi Festival di Valloriate, di grande valore per la portata collettiva dell'azione culturale. Vale la pena citare tra le buone pratiche anche il caso del borgo alpino di Oстана, tra gli esempi più significativi di utilizzo della propria identità culturale come fattore di rinascita e attrazione di nuovi residenti, grazie ad un processo di rigenerazione partecipata e sostenibile.

### *Quale valorizzazione economica?*

Per quanto riguarda i servizi per il cittadino e il fruitore della città, il principale *driver* risulta essere proprio il turismo. Un settore che stimola anche la nascita di imprese dedicate al miglioramento

dell'offerta culturale o esperienziale. Negli ultimi anni abbiamo assistito a continui record di visitatori nei musei torinesi e nei maggiori siti di interesse. Si tratta di un target di pubblico nazionale ed internazionale, in gran parte motivato dai grandi attrattori culturali della città (Museo Egizio, Museo del Cinema, Reggia di Venaria), dagli importanti eventi culturali (Saloni Internazionali del Gusto e del Libro) dalla qualità e varietà dell'offerta ricettiva, dalla ristorazione di qualità, dalla buona accessibilità e intermodalità anche rispetto ad altre importanti destinazioni.

## **Conclusioni**

La riflessione sul valore e potenziale economico delle risorse culturali delle nostre città è chiamata nel prossimo futuro ad una sfida più ampia, in cui il patrimonio storico possa finalmente essere oggetto di politiche, oggi ancora del tutto parziali, di sviluppo economico. La concentrazione di un alto e riconosciuto valore patrimoniale culturale nelle nostre città si deve confrontare necessariamente con il problema delle risorse economiche pubbliche disponibili, sempre più ridotte e non adeguatamente bilanciate da partenariati con il settore privato. Risorse di fatto sempre più polarizzate su pochi e singoli beni, a discapito dello stesso contesto in cui si trovano. Il caso della Reggia di Venaria Reale, e del suo faticoso rapporto con la stessa città di Venaria, con il suo territorio, e con l'intero sistema delle Regge Sabaude, componenti che pure contribuiscono in modo sostanziale a definirne il valore culturale, è forse il più emblematico in questo senso.

## **Bibliografia**

Fondazione Symbola, Rapporto "Io sono cultura", edizioni 2014, 2015, 2016, 2017

Segre G., Villosio C. (2017), Employment in the Creative and Cultural Sectors. Evidence from a sample of European countries, Quaderni del CSS-Ebla, Torino

Santagata W. (2007), La Fabbrica della cultura, Il Mulino, Bologna



# Le industrie culturali e creative sul territorio regionale piemontese

di Cecilia Mereghetti (CSS-EBLA), Paola Borrione (CSS-EBLA)

## Introduzione

Il lavoro presentato di seguito ha lo scopo di compiere una prima riflessione sulla presenza, organizzazione e storia recente delle industrie culturali e creative nel territorio regionale piemontese e in particolare nella città che costellano la regione.

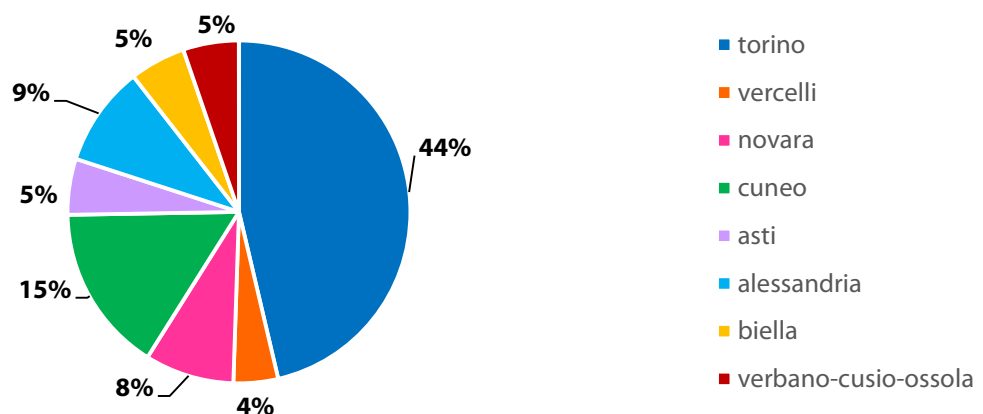
Per compiere tale riflessione si è utilizzato quale strumento di indagine il modello elaborato da Santagata in "Atmosfera Creativa" (2009), che considera il settore delle industrie culturali e creative (ICC) come composto dai seguenti macrosettori: Patrimonio e Spettacolo (Patrimonio culturale e naturale, Architettura, Spettacolo da vivo, Arte contemporanea e Fotografia), Industria dei contenuti (Cinema e audiovisivo, TV e radio, Editoria, Software, Pubblicità e comunicazione), Cultura materiale (Moda e tessile, Gusto e enogastronomia, Design industriale e artigianato creativo), e Turismo. I dati analizzati sono di fonte Istat (ASIA 2012).

## Le industrie culturali e creative in Piemonte

Le industrie culturali e creative si addensano in Piemonte soprattutto nella provincia di Torino (44%); segue il settore delle ICC della provincia di Cuneo (16%), e poi Alessandria e Vercelli. Le altre province mostrano percentuali ridotte di imprese e addetti in questo settore.

Le ICC contano per il 16% sulle imprese totali della provincia torinese, sul cui territorio operano il numero maggiore di organizzazioni e addetti dei settori creativi in Piemonte. Il comparto è composto per la maggior parte da imprese riconducibili al macrosettore della Cultura materiale (47%), principalmente dall'industria del gusto e dell'artigianato e design. Anche l'Industria dei contenuti è presente sul territorio, arrivando a pesare per il 27%. Seguono il settore del Patrimonio e Spettacolo (20%) e del Turismo (4%). Ovviamente, il capoluogo attrae la maggior parte delle risorse, per cui la più alta concentrazione di ICC è riscontrata nella città di Torino e nelle aree direttamente limitrofe<sup>1</sup>.

**Figura 1.** Ripartizione per provincia del comparto delle ICC in Piemonte



**Fonte:** elaborazione nostra su dati Istat 2012.

<sup>1</sup> Alla città di Torino e alla localizzazione delle ICC in città è dedicato uno dei casi studio del Rapporto sui Centri storici italiani, a cura di ANCSA in uscita nel 2018

**Tabella 1.** Distribuzione delle ICC per provincia

<b>Settore</b>	Torino	Vercelli	Novara	Cuneo	Asti	Alessandria	Biella	VCO
Patrimonio e Spettacolo	20%	29%	29%	30%	30%	30%	24%	24%
Industria dei contenuti	27%	15%	20%	14%	15%	16%	17%	17%
Cultura materiale	48%	50%	47%	51%	51%	50%	56%	50%
Turismo	4%	5%	4%	6%	4%	4%	3%	10%

**Fonte:** elaborazione nostra su dati Istat 2012.

La provincia di Novara pesa per l'8% sul totale delle ICC piemontesi. La quota più grande del comparto è da attribuire al macrosettore della Cultura materiale (47%) e al gusto in particolare. Segue il macrosettore del Patrimonio e Spettacolo che, grazie soprattutto all'elevato numero degli studi di architettura e di ingegneria, arriva a contare il 29%. Al terzo posto vi è l'Industria dei contenuti (20%), che beneficia in particolar modo delle attività di produzione di software e delle attività editoriali. Decisamente meno influente è il Turismo, che conta solo per il 4%. Il fulcro delle attività creative si trova nel capoluogo: Novara conta il 31% delle ICC del territorio provinciale.

Nella provincia del VCO sono localizzate il 5% del totale delle ICC piemontesi. Anche in questo caso il settore prevalente è quello della Cultura materiale (oltre il 49%), con una predominanza delle attività di ristorazione. Al secondo posto per numero di imprese vi è il settore del Patrimonio e Spettacolo (23,5%), mentre se considerassimo il numero di addetti al secondo posto troveremmo l'Industria dei contenuti. Il settore del Turismo, con il 10% delle imprese (con una netta prevalenza delle strutture ricettive rispetto agli altri operatori del settore), segna una differenza positiva rispetto alle altre province piemontesi. Nella provincia del VCO si possono identificare due poli produttivi per le ICC: Verbania (con il 21,5% del totale provinciale e una buona presenza delle Industrie dei contenuti) e Omegna (9% sul settore creativo provinciale, con una netta prevalenza del settore del gusto su tutti gli altri).

Il macrosettore della Cultura materiale conta per il 50% delle ICC della provincia di Vercelli, con una netta predominanza dell'industria del gusto, mentre il settore della moda è il secondo settore per numero di addetti. Il macrosettore del Patrimonio e Spettacolo è il secondo per importanza, contando per il 29% del totale delle ICC, cui segue l'Industria dei contenuti (15%), e il Turismo (5%). Per quanto riguarda la localizzazione delle imprese, anche nel caso della provincia di Vercelli le ICC si addensano nella città capoluogo di provincia: Vercelli attrae il 30,8% delle ICC della provincia e le industrie ad alto tasso di creatività sono ben il 18,2% del totale delle imprese della città.

Biella e la sua provincia sono la provincia in cui il settore della moda pesa di più, con il 40% di aziende del macrosettore della Cultura materiale, e in cui più si nota la crescita del settore del gusto nei dieci anni esaminati. Il secondo settore per numero di addetti è quello dell'Industria dei contenuti, anche se come numero di organizzazioni non arriva al 25%. Seguono il settore del Patrimonio e il Turismo. In tutto, la provincia di Biella conta solo per il 5% del comparto ICC della regione. La città di Biella è l'unico centro rilevante della provincia, e conta da sola per più del 35% delle ICC del territorio.

Oltre il 15% delle ICC del territorio piemontese si trova in provincia di Cuneo<sup>2</sup>. Il macrosettore della Cultura materiale conta per oltre il 50% del totale delle ICC del cuneese, di cui quasi l'80% è rappresentato dal settore del gusto, anche a livello di occupati. Secondo per importanza è il settore del Patrimonio e Spettacolo, che vede il 30% delle aziende mentre l'Industria dei contenuti e il Turismo si spartiscono quasi equamente la quota restante, con una lieve predominanza della prima

<sup>2</sup> In questo frangente ci limiteremo a fare riferimento ai dati Istat fin qui utilizzati per l'analisi delle altre province. Per un approfondimento mirato sul settore culturale nel cuneese, vedere l'analisi: *Fattore Cultura. Realtà e potenzialità in provincia di Cuneo*, a cura del Centro Studi Silvia Santagata, luglio 2016.



sul secondo. A differenza delle aree analizzate precedentemente, quella di Cuneo è una provincia policentrica; il capoluogo non ha infatti la tendenza a fagocitare la maggior parte delle imprese, ma vi sono vari centri in cui queste si distribuiscono più o meno equamente. Considerando gli altri centri principali della provincia, è evidente che le diverse città hanno in comune la predominanza del settore del gusto rispetto a tutti gli altri, ma vi sono specializzazioni specifiche: Alba nel settore del gusto, Bra nel gusto e nell'industria dei contenuti, Saluzzo nell'artigianato artistico, Savigliano nei contenuti.

La provincia di Asti pesa poco sul totale delle ICC piemontesi, solo il 5%. Più della metà del comparto delle industrie creative dell'astigiano (51%) è composto dal macrosettore della Cultura materiale conta in assoluto il maggior numero di imprese e di addetti (gusto e artigianato sono i sottosectori più sviluppati in termini di aziende e addetti). Il settore del Patrimonio e Spettacolo conta per il 30%, l'Industria dei contenuti invece per il 15%; il Turismo chiude ultimo, con il 4%. Per quanto riguarda questa provincia, il capoluogo è il centro più importante per le imprese creative; la città registra infatti oltre il 40% del comparto creativo della provincia.

La provincia di Alessandria pesa per il 9% nello scenario delle industrie creative del Piemonte, anche qui per lo più grazie all'industria del gusto e, più in generale, al settore della Cultura materiale (49%). Le attività di ristorazione sono il sottosectore più importante sia per numero di organizzazioni che per numero di addetti; segue l'industria alimentare in senso stretto. Le percentuali degli altri settori sono simili a quanto si è riscontrato per le altre province: il Patrimonio e Spettacolo si attesta sul 30%, l'Industria dei contenuti si ferma al 16% e il Turismo rimane sotto il 4%. Anche se la provincia di Alessandria non può dirsi propriamente policentrica (la città di Alessandria pesa per quasi il 25% delle ICC provinciali) – come era invece il caso della provincia di Cuneo – vale la pena considerare almeno altri tre centri "minori", ma rilevanti dal punto di vista dei dati. Gli altri centri importanti per le ICC sono Acqui Terme (la città conta per il 7,2% sul comparto creativo provinciale, in particolare per il Turismo), Casale Monferrato (che conta per quasi il 10% sulle ICC della provincia di Alessandria) e la città di Valenza (che ha perso molto terreno nel decennio considerato, arrivando a pesare solo il 3,5% delle ICC provinciali).

## Conclusioni

Ciò che emerge dai dati è il ritratto di un territorio regionale piuttosto particolare. Innanzi tutto la provincia e soprattutto la città di Torino sono il territorio di elezione delle industrie culturali e creative regionali, in tutti i settori considerati. A Torino, inoltre, si concentra in particolar modo l'industria dei contenuti, grande assente dal resto del territorio, con l'eccezione delle province di Cuneo e di Novara. Dal punto di vista delle industrie creative e dei contenuti, quindi, si tratta di un territorio fortemente sbilanciato verso il capoluogo di regione.

In secondo luogo il resto del territorio regionale è policentrico: non emerge, fra le città capoluogo di provincia, una città che sia in misura più evidente delle altre un centro di produzione di cultura. Tale policentrismo, inoltre è più evidente in alcune province, come quella di Cuneo e di Alessandria, in cui accanto al capoluogo di provincia, si affermano sulla scena della produzione culturale e creativa altre cittadine, talvolta con specializzazioni precise e marcate.

Inoltre, se si confrontano i dati nel decennio, 2001-2011, si osserva un'ulteriore specializzazione dei territori rispetto alla loro caratterizzazione storica: in molte città scompaiono attività che erano già residuali ma presenti (ad esempio nella produzione dei contenuti) mentre si affermano le attività della cultura materiale, soprattutto se legate all'industria del gusto. ]

La crescita delle produzioni più legate all'innovazione tecnologica, come il software e più in generale l'industria del digitale è in buona misura assorbita da Torino, cui segue la provincia di Cuneo: là dove il tessuto industriale è più forte si è quindi sviluppata anche l'industria digitale.

Infine, in controtendenza con i dati generali, che vedono crescite contenute o riduzioni dei settori, il settore del Turismo ha registrato una crescita importante nel decennio considerato (20%). Tuttavia il comparto turistico nel panorama delle ICC piemontesi conta ancora solo per il 4% a livello regionale e solo nel verbanese e nel cuneese conta una quota di aziende più rilevante (circa il 10% delle organizzazioni delle ICC), grazie alle imprese della ricettività.

### **Per approfondimenti :**

Rapporto sui Centri storici italiani, a cura di ANCSA in uscita nel 2018

*Fattore Cultura. Realtà e potenzialità in provincia di Cuneo*, a cura del Centro Studi Silvia Santagata, luglio 2016: <http://www.fondazioneccrc.it/images/documenti-centrostudi/quaderni-online/2016-quaderno-on-line-fattore-cultura.pdf>

# Realtà e potenzialità delle industrie culturali e creative in provincia di Cuneo

a cura dei ricercatori del CSS-EBLA

## Introduzione

Nello studio **Fattore Cultura, Realtà e potenzialità in provincia di Cuneo**<sup>3</sup> la Provincia di Cuneo è stata analizzata tramite l'approccio dell'*atmosfera creativa* teorizzata da Walter Santagata (Santagata, 2012), ossia attraverso un approccio che considera cultura e creatività elementi potenzialmente in grado di favorire il benessere e lo sviluppo economico e sociale di un territorio. Lo schema interpretativo *Atmosfera Creativa* si propone di analizzare il grado di mobilitazione di risorse culturali e creative esistenti a livello locale, utilizzando dati e variabili pertinenti alla realtà esaminata. Esso si configura perciò come un modello prioritariamente interpretativo, l'applicazione del quale richiede di volta in volta un accurato adattamento sulla base delle peculiarità idiosincratiche del territorio preso in esame.<sup>4</sup>

## Analisi dei risultati

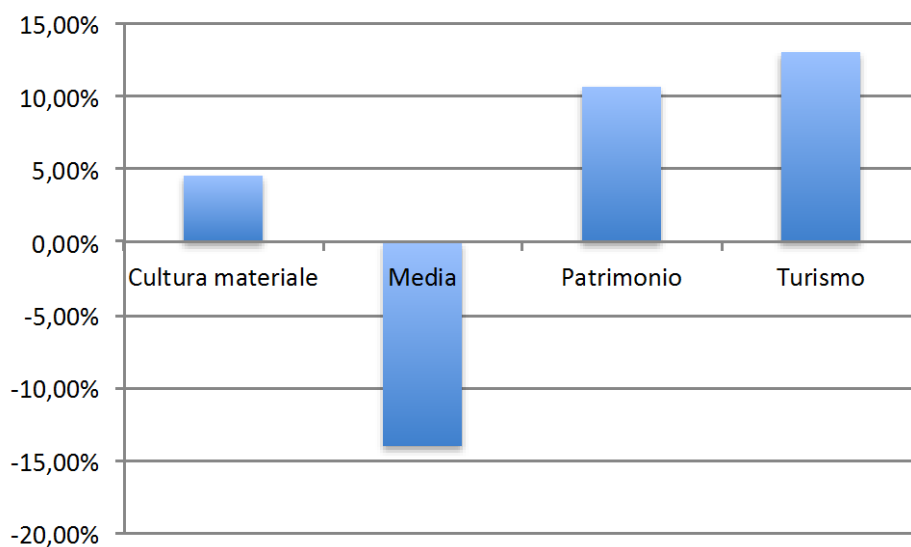
I dati generali sulla provincia di Cuneo sono già stati esaminati nel contributo *Le industrie culturali e creative sul territorio regionale piemontese* del presente numero di Politiche Piemonte, per questo motivo di seguito analizzeremo solo i dati più significativi. A livello provinciale si registra una grande maggioranza di micro imprese – il 94% ha meno di 10 addetti –, in particolare nel settore del *Patrimonio*, dove le ditte individuali sfiorano il 70%; il settore del *Gusto* ha una maggior percentuale di imprese con meno di 10 dipendenti, indice di una maggiore solidità rispetto alla maggioranza di ditte individuali degli altri settori.

Il trend delle imprese attive in provincia di Cuneo dal 2009 al 2014 evidenzia una buona crescita dei settori *Patrimonio* e *Turismo* (nell'ordine del 15%) parallelamente a una diminuzione (-10%) delle imprese del settore dei *Media*. Il settore della *Cultura materiale* è cresciuto mediamente del 4,5%. Gli altri settori, seppur con numeri più contenuti, non mostrano grandi cambiamenti, anche se in alcuni di essi le imprese sono aumentate di numero fino al 2011 – nonostante l'inizio della crisi fosse già in atto – per poi diminuire dal 2011 al 2014.

---

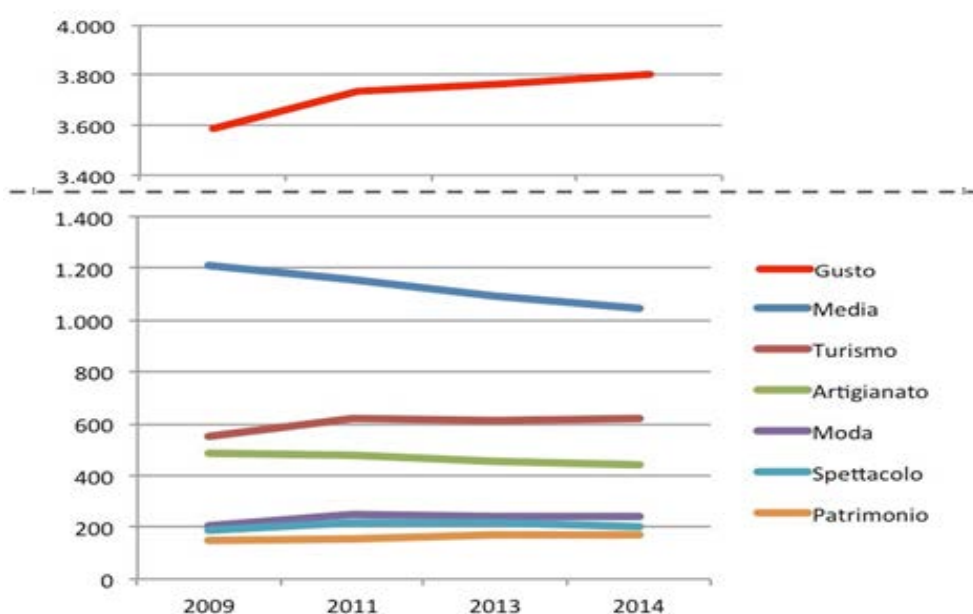
<sup>3</sup> La Fondazione CRC ha promosso e finanziato, nell'ambito dell'attività di ricerca coordinata dal suo Centro Studi, il Rapporto "Fattore Cultura. Realtà e potenzialità in provincia di Cuneo", che riporta un'analisi del panorama culturale e creativo condotta dai ricercatori del Centro Studi Silvia Santagata-EBLA e conclusa nel 2016. Lo studio, avviato per sostenere le scelte di programmazione e progettazione della Fondazione e degli attori del territorio, è stato finalizzato da un lato a mappare e mettere in luce la presenza o l'assenza di condizioni in grado di favorire uno sviluppo legato alla cultura e alla creatività, dall'altro a fornire l'indicazione di *policy* per stimolare tale sviluppo.

<sup>4</sup> In questo schema il settore delle industrie culturali e creative (ICC) viene considerato come composto dai seguenti macrosettori: Patrimonio e Spettacolo (Patrimonio culturale e naturale, Architettura, Spettacolo da vivo, Arte contemporanea e Fotografia), Industria dei contenuti (Cinema e audiovisivo, TV e radio, Editoria, Software, Pubblicità e comunicazione), Cultura materiale (Moda e tessile, Gusto e enogastronomia, Design industriale e artigianato creativo), e Turismo.

**Figura 1.** Variazione percentuale del numero di imprese, 2009-2014

**Fonte:** elaborazioni su dati Camera di Commercio di Cuneo

Nel complesso il settore del *Gusto* risulta avere un ruolo preminente nell'attivare e qualificare i processi di sviluppo locale connessi ai settori considerati. Infatti, in molti sistemi locali la specializzazione sussiste proprio nelle produzioni tipiche del territorio, cui si ricollegano politiche e strategie di sviluppo turistico. Questo riscontro è avvalorato anche dal fatto che nel complesso il *Gusto* è il solo settore dell'economia della cultura e del turismo in cui la provincia di Cuneo mostra una leggera specializzazione. Inoltre è l'unico settore a crescere stabilmente negli anni – tanto da essere completamente fuori scala rispetto agli altri settori culturali (fig.2) e a ottenere riconoscimenti anche a livello qualitativo, come testimoniano, ad esempio, e numerose stelle Michelin attribuite ai ristoranti della provincia.

**Figura 2.** Trend delle imprese 2009-2014

**Fonte:** Nostre elaborazioni su dati Camera di Commercio di Cuneo

Riguardo gli altri settori, il *Patrimonio culturale* e - ancor più - le *Industrie del contenuto*, non risultano ancora settori di specializzazione dei sistemi locali della provincia di Cuneo, sebbene concentrino un

numero di addetti superiore alla media nazionale e giochino quindi un ruolo non secondario nei processi di sviluppo del territorio. Se si esaminano i diversi settori sulla base della quantificazione e qualificazione dei legami tra gli operatori, si nota una bassa connessione a livello generale tra i diversi settori. In particolare, se alcuni di essi sono capaci di dialogare con gli altri, vuoi per la comunione di linguaggi o mezzi espressivi (come fra *Artigianato* e *Arte contemporanea*), per le connessioni ideate per la reciproca valorizzazione (*Artigianato* e *Patrimonio Naturale*), o ancora per una maggiore propensione rispetto ad altri settori nel fare rete e cercare il dialogo con gli attori del mondo della formazione o dell'organizzazione di eventi (*Patrimonio culturale*), altri sono in buona misura incapaci di esprimere tali relazioni.

Se il *Gusto*, quindi, è il settore delle industrie culturali che più è cresciuto negli anni recenti, forte anche della presenza di industrie importanti, a livello internazionale, e anche di una serie di politiche e sostegno da parte di attori pubblici e privati all'intera filiera (ad esempio alle manifestazioni, sagre, fiere, ...), si osservano alcune segnali interessanti anche in altri settore delle industrie culturali creative, che andrebbero colti e sostenuti. In tutti i settori esaminati vi sono infatti eccellenze a livello nazionale e alcune realtà innovative (nel campo del web, della produzione cinematografica, del design) che potrebbero divenire i nuovi soggetti di riferimento in ambito culturale a livello territoriale e anche nazionale. A fianco dei media tradizionali, vi è infatti una fiorente industria dei media digitali, fra cui si annoverano alcune delle più importanti realtà a livello nazionale, come ad esempio *Blulab*, *Tesi* o *Bitbull*. Si tratta di un settore che, nel suo complesso, sta vivendo ormai da diversi anni un cambiamento radicale, strettamente legato all'introduzione delle nuove tecnologie all'interno del processo produttivo dei contenuti, con l'effetto di modificarne modelli produttivi, contenuti, e anche modelli di business. Ad esempio, è emerso un modello "dal basso" di produzione dei contenuti e di remunerazione, grazie al coinvolgimento dei fruitori nel processo di produzione e di finanziamento dello stesso (esempi importanti in provincia di Cuneo sono *Starteed* e *Culturadalbasso*).

Anche il settore del cinema risulta di un certo interesse. Accanto, infatti, alla presenza di sale cinematografiche commerciali e non (numerose sono le sale gestite da parrocchie o da associazioni culturali), ad alcune rassegne indipendenti (soprattutto in estate, in location suggestive come i cortili interni di alcuni castelli), sembra esserci un certo fermento a livello di produzione. Innanzi tutto vi sono molti tecnici della ripresa video, che si stanno specializzando nell'uso di nuove tecnologie, come i droni per le riprese aeree. Inoltre, il territorio cuneese negli ultimi anni ha espresso un buon livello di produzione cinematografica. Tra i lavori più importanti si possono citare quelli di Emanuele Caruso, giovane regista albese, che grazie al crowdfunding<sup>5</sup> ha potuto raccogliere i finanziamenti necessari a realizzare la pellicola *E fu sera e fu mattina*, ambientata nei territori della Langa e premiata dalla Federazione Italiana Cinema d'Essai come Film Indipendente dell'anno 2014, e il docufilm *Meno 100 chili*. Allo stesso modo il regista si è prefisso di finanziare anche il suo ultimo lavoro, *La terra buona*, girato nell'estate 2016. Nel 2013, inoltre, è uscito sugli schermi *The Repairman*, interamente scritto e girato in provincia di Cuneo dal regista Paolo Mitton, la cui casa produttrice è una giovane realtà locale, la *Aidia productions S.r.l.* Il film è stato un caso cinematografico che ha riscosso successo al botteghino e raccolto il sostegno di Legambiente Italia, Slow Food Italia, Collisioni 2015, Aiace Torino, Arci Asti, Langhe e Roero, Cinemavekkio, Basta Un Seme, Restarters. Nel 2014 inoltre è uscito *Barolo Boys. Storia di una Rivoluzione*, diretto da Paolo Casalis e Tiziano Gaia, vincitore del Premio DOC Wine Travel Food 2014 come migliore documentario dell'anno. Dal punto di vista dei servizi creati in ambito cinematografico va sottolineata l'innovazione rappresentata da *L'aura Scuola di Cinema di Ostana* creata nel 2012 dai registi Giorgio Diritti e Fredo Valla in collaborazione con l'Associazione *L'aura fai son vir* e la casa di produzione *Aranciafilm* di Bologna, con il sostegno della Regione Piemonte e della Film Commission Torino Piemonte. I due fondatori sono regista e sceneggiatore del film del 2005 *Il vento fa il suo giro*: ambientato a Ostana, ha dato risalto alla Valle Po e alla cultura occitana grazie a un notevole successo di pubblico basato su passaparola e distribuzione in cinema indipendenti.

---

<sup>5</sup> Il crowdfunding è una tipologia di azionariato popolare che consiste nella raccolta di fondi online che danno diritto a un numero di quote ripartite in base al capitale speso.

Infine il settore della produzione di arte contemporanea e fotografia trova in alcune zone della provincia cuneese un certo fermento creativo, sostenuto principalmente dall'intervento dei privati, quali la Fondazione CR Cuneo con il progetto LocalArt (attivo dal 2012) o una serie di mecenati privati, in buona parte esponenti della piccola e media impresa locale, che spesso lavorano in partnership con le amministrazioni locali (si vedano, a titolo di esempio, i progetti dell'azienda vinicola Ceretto presso il Coro della Maddalena di Alba e presso le sedi dell'azienda).

## Conclusioni

L'indagine condotta ha permesso di rilevare le caratteristiche principali delle industrie culturali e creative in provincia di Cuneo, che possiamo sinteticamente riassumere di seguito.

Emerge la preponderanza del settore del *Gusto*, forte di un'imprenditoria capace di crescere a livello internazionale nel corso del tempo e di una serie di attori che hanno legittimato e contribuito ad accrescerne la portata qualitativa e culturale. Finora, infatti, esso ha giocato un ruolo centrale nelle politiche locali, attivando molteplici relazioni funzionali con altri settori ma, a volte, "rubando un po' la scena" al sistema nel suo complesso e forse rendendo meno facile il formarsi di una fitta rete di connessione fra gli altri settori.

Si riscontra una presenza di esperienze di innovazione significative legate sia alla presenza di imprenditori capaci di costruire una fitta rete di relazioni, sia alla stretta connessione che alcune delle aziende (ad esempio quelle che producono web, video, fotografia) hanno con gli altri settori produttivi forti a livello provinciale che andrebbero maggiormente sostenuti, al fine di creare nuove opportunità di crescita sostenibile legate al sistema delle industrie culturali e creative.

Vi è, infine, una scarsa capacità di connessione da parte degli operatori di alcuni settori con quelli di altri (non cogliendo, quindi, l'opportunità di contaminazione e crescita che deriva invece dal networking) e con il territorio.

## Bibliografia

CSS-EBLA, a cura di, 2016, *Fattore Cultura. Realtà e potenzialità in provincia di Cuneo*, a cura del Centro Studi Silvia Santagata, luglio 2016: <http://www.fondazioneccr.it/images/documenti-centrostudi/quaderni-online/2016-quaderno-on-line-fattore-cultura.pdf>

Santagata W., 2012, *Atmosfera creativa*, Il Mulino, Bologna.



# Torino, design of the city

di Luigi Ratclif (Città di Torino - Direzione Cultura)

## Introduzione

Nel dicembre 2014 è stato attribuito a Torino il titolo di Creative City UNESCO per il Design, attualmente l'unica città italiana all'interno di questa categoria. Il riconoscimento è avvenuto in base a una candidatura avanzata su temi di importanza strategica per il territorio metropolitano, alcuni dei quali connessi più strettamente alla storia industriale della città, altri relativi ad ambiti diversi quali: ambiente e sostenibilità, pianificazione e riqualificazione urbanistica, innovazione e creatività, sviluppo economico. Il network delle Città Creative UNESCO (UCCN) è stato creato nel 2004 con l'obiettivo di promuovere la cooperazione con e fra le città che hanno identificato nella creatività un fattore strategico per lo sviluppo urbano sostenibile. Attualmente fanno parte del network, che copre sette aree corrispondenti ad altrettanti settori culturali - Musica, Letteratura, Folk Art, Design, Media Arts, Gastronomia, Cinema - 116 città in 54 paesi del mondo, fra cui cinque città italiane, Bologna per la Musica, Fabriano per la Folk Art, Parma per la Gastronomia, Roma per il Cinema e Torino per il Design.

## Il processo di candidatura

Il riconoscimento è maturato attraverso un processo innovativo e partecipato di co-progettazione, realizzato con il coinvolgimento di vari attori del territorio (istituzioni, imprenditori, associazioni di categoria, società civile) che hanno coniugato in modo efficace aspetti diversi della storia, della cultura, del know-how industriale e dell'expertise tipici della realtà torinese. Lo Steering Committee della candidatura era infatti coordinato dal Comune di Torino, e comprendeva il Centro UNESCO di Torino, il Politecnico, il Museo Nazionale dell'Automobile (MAUTO), l'Istituto di Arti Applicate e Design, la Camera di Commercio di Torino, l'Automotoclub Storico Italiano (ASI), l'Istituto Europeo di Design, l'Università, SiTI (Istituto Superiore per Sistemi Territoriali per l'Innovazione), Fiat Chrysler Automobiles (FCA), l'Accademia Albertina, Regione Piemonte, MiBACT Piemonte, e Turismo Torino. Il progetto proposto si è basato su alcune direttrici strategiche di lavoro. Da una parte la valorizzazione del patrimonio storico materiale e immateriale della filiera automobilistica insieme all'individuazione del design e dell'innovazione creativa, a partire dal *car design*, quali abilità e capacità caratterizzanti il territorio, dall'altra l'innovazione tecnologica nella mobilità sostenibile. La direttrice principale di sviluppo della candidatura è stata il concepire la città creativa come il fondamentale motore di rigenerazione della città postindustriale per uno sviluppo urbano sostenibile. Il progetto presentato è stato premiato poiché sostenuto da una visione del futuro della città, che parte da un passato legato al car-design e alla sua storia industriale, ma che oggi guarda a una nuova strategia di sviluppo aperta all'innovazione nei settori della tecnologia, della cultura e della ricerca.

Torino è, infatti, stato uno dei principali centri industriali italiani, che in anni recenti ha saputo trasformarsi con successo da un centro industriale ad un hub creativo. Il settore creativo della città e della provincia è importante dal punto di vista economico: la città metropolitana di Torino è infatti terza in Italia per valore aggiunto delle industrie creative e quarta per occupazione culturale (Dati Symbola - Unioncamere 2017).

## I progetti

A partire dalla nomina la Città ha costituito un tavolo permanente che rappresenta il sistema del design torinese, un gruppo di lavoro per la promozione e il sostegno del mondo del design. Il tavolo è attualmente composto da 37 enti tra istituzioni pubbliche e private, associazioni di categoria, enti di formazione, archivi e musei, ed è aperto costantemente ad altre partecipazioni. L'obiettivo del

Tavolo è contribuire al disegno delle strategie e iniziative per valorizzare attraverso azioni di network l'intera filiera del design torinese.

In particolare gli obiettivi concreti del tavolo di lavoro sono quelli di valorizzare la storia e i prodotti della filiera industriale dell'automotive grazie alla presenza, ad esempio dei soggetti che tutelano e valorizzano tale storia, come il Mauto; sostenere il dialogo tra design e innovazione, con la collaborazione delle differenti istituzioni e aziende che operano a cavallo tra formazione, progettazione e innovazione; e offrire una piattaforma di lavoro e scambio ai soggetti che si occupano di innovazione tecnologica per la mobilità e l'automotive e per la rigenerazione urbana sostenibile.

Per raggiungere tali obiettivi la città sta lavorando a una serie di progetti che si collocano sui seguenti assi:

- o programmi di scambio culturale, residenze, seminari con altre città creative per promuovere la mobilità degli artisti e dei designer;
- o eventi pubblici di condivisione di esperienze e di sensibilizzazione sul valore aggiunto progettuale per il benessere dei cittadini;
- o collaborazione con altre città creative del design per sostenere il design indipendente a livello internazionale attraverso mostre e opportunità di business;
- o generazione di nuove opportunità di formazione, occupazione e business per i progettisti e le aziende attraverso le nuove tecnologie.

Un esempio a livello di collaborazione con altre città creative è quello del Coordinamento delle Città Creative UNESCO italiane, protocollo sottoscritto lo scorso ottobre da Bologna, Fabriano, Parma, Roma e Torino. Obiettivi del coordinamento sono, tra gli altri, sostenere attivamente la rete UCCN, rafforzare il ruolo delle città italiane di UCCN all'interno della rete; sviluppare forme di collaborazione tra le città membro, anche attraverso il coinvolgimento di altre reti; favorire la connessione integrata tra cultura, sviluppo economico, turismo; facilitare l'interazione nei propri territori tra le attività delle Città creative e dei Siti UNESCO per lo sviluppo di progetti innovativi che leghino patrimonio culturale e creatività.

Per quanto riguarda gli eventi pubblici sono state realizzate una serie di iniziative aperte a tutta la cittadinanza, con momenti di confronto con le altre città creative UNESCO del design e con tutte le realtà attive nel settore, con l'obiettivo di rendere queste iniziative permanenti. Uno degli eventi più importanti è Torino Design of the City, svoltasi dal 10 al 16 ottobre 2017, una settimana di eventi, meeting, workshop, esposizioni e tour organizzati nei luoghi strategici della città che hanno vissuto e stanno vivendo il fenomeno della rigenerazione urbana, come via Sacchi, la Cavallerizza, Torino Incontra, Lingotto Fiere, BasicVillage, Toolbox, Hangar25, Circolo del Design, Mastio della Cittadella. Fulcro della manifestazione è stata quindi l'Assemblea Generale della WDO, la World Design Organization, organizzazione internazionale che promuove il design, la cui presidenza è passata all'architetto e designer piemontese Luisa Bocchietto.

Si tratta di un progetto che rappresenta la sintesi delle ambizioni del territorio a far diventare il design uno strumento culturale, trasversale a tutti i settori economici, portatore di valore aggiunto per i servizi e per i prodotti nei diversi campi della produzione e fattore capace di migliorare la vita degli individui soprattutto se hanno gli strumenti per partecipare in prima persona al processo creativo.

A circa dieci anni dalla nomina di Torino a World Design Capital, riconoscimento assegnato ogni due anni dall'International Council of Societies of Industrial Design (ICSID), che ha contribuito a far riflettere sulla potenzialità del design come fattore di crescita economica, sociale e culturale della città, il riconoscimento UNESCO ricevuto segna l'avvio di un percorso virtuoso, ma soprattutto può essere considerato come una piattaforma attorno alla quale far convergere i diversi attori economici (e non) per immaginare il percorso di sviluppo della città.

### Per approfondimenti

[www.torinodesigncity.it](http://www.torinodesigncity.it)

# Pratiche culturali e politiche pubbliche nel quartiere di Barriera di Milano, Torino

di Sara Bonini Baraldi, Carlo Salone (DIST – Università di Torino / Politecnico di Torino)

## Introduzione

Il nesso tra cultura e sviluppo urbano è stato ormai ampiamente indagato da una vasta quanto spesso ripetitiva letteratura internazionale (giusto a titolo di esemplificazione, si ricordano i seguenti lavori: Bianchini and Parkinson, 1993; Scott, 2000; Laundry et al., 2001; Evans, 2001; Young, 2008). A dispetto delle diverse prospettive disciplinari adottate, tuttavia, gli studi si sono concentrati prevalentemente sulle interrelazioni tra l'uso di elementi "culturali" – soprattutto, ma non esclusivamente, artefatti materiali come installazioni, architetture 'iconiche', spazi aperti progettati integralmente da artisti di grido ecc. – e le trasformazioni degli spazi urbani. Al contempo, ci si è dedicati con molta maggior lena a studiare politiche culturali pubbliche formali e top-down che a esplorare pratiche 'minori' di produzione culturale indipendente, che forse costituiscono l'aspetto più innovativo e fecondo della questione, in particolare se affrontata nei suoi riflessi sulle trasformazioni urbane profonde (Quinn, 2005; Sharp, Pollock and Paddison, 2005; Evans, 2009).

In controtendenza rispetto a questo filone dominante, ci è sembrato più rilevante affrontare le pratiche concrete di operatori culturali che agiscono in uno specifico contesto urbano e le diverse azioni, tangibili e intangibili, che contribuiscono a modificare la forma, il significato e gli usi dello spazio urbano periferico.

La scelta dello spazio di analisi è caduta su Barriera di Milano, quartiere della periferia Nord di Torino, caratterizzato da importanti flussi migratori fin dagli anni '60 e oggi dai problemi tipici delle periferie delle grandi città: difficoltà di integrazione, degrado sociale e urbano, microcriminalità e, più in generale, da un senso di abbandono dal resto della città che, al contrario, vive di una nuova immagine votata alla cultura ed al loisir. Nonostante questa sia l'immagine percepita da molti cittadini torinesi e anche dagli stessi abitanti del quartiere, Barriera di Milano ha però visto l'emergere di una forte concentrazione di iniziative culturali, al punto di essere chiamato, con una certa enfasi, la "Chelsea di Torino". Una più ampia ricerca condotta all'interno di EU POLIS (DIST - Politecnico e Università di Torino, con il supporto di Compagnia di San Paolo) dal titolo "Oltre la crisi. La strategia di sviluppo dell'area torinese tra diversificazione e alternative", ha esplorato varie vocazioni e specializzazioni economico-produttive della città, incluse l'high tech, il food, la sharing economy e i fenomeni di migrazione e cittadinanza attraverso metodologie diverse (qualitative e quantitative) a seconda dell'impostazione dei singoli gruppi di lavoro. Tale ricerca è stata l'occasione per sviluppare una riflessione sulle dinamiche di trasformazione socio-spaziale del quartiere di Barriera a partire dalle pratiche in atto nell'ambito culturale e creativo.

## Analisi dei risultati

Al di là di una prima sommaria mappatura delle iniziative presenti nel quartiere, la nostra ricerca si è focalizzata su 18 soggetti – senza alcuna velleità di rappresentazione statistica - presso cui si è deciso di indagare in modo più approfondito il rapporto con il territorio e il legame con le politiche pubbliche (tabella 1)<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> Per una lettura più completa dei risultati dell'analisi si veda Salone Carlo, Bonini Baraldi Sara, Pazzola Giangavino (2017). Cultural production in peripheral urban spaces: lessons from Barriera, Turin (Italy). EUROPEAN PLANNING STUDIES, p. 1-21, ISSN: 0965-4313, doi: 10.1080/09654313.2017.1327033; e Salone, C. Bonini Baraldi, S. Pazzola, G. 2017. Dinamiche socio-spaziali nella produzione culturale urbana. Uno studio su Barriera di Milano, Torino. *Memorie Geografiche*

**Tabella 1.** Le 18 iniziative culturali analizzate nel quartiere di Barriera di Milano

Nome dell'iniziativa	Attività
4'33"	Attività educative e laboratori creativi per bambini volti a sensibilizzare sui temi di alimentazione, suono e disegno.
Antiloco/piccolo Cinema	Produzione culturale nell'ambito cinematografico collegata alla sfera sociale e al tentativo di una partecipazione dei cittadini larga ed inclusiva.
Atelier Heritage	Laboratorio permanente per bambini e ragazzi dedicato alla conoscenza attiva ed alla fruizione consapevole del patrimonio culturale.
Bagni Via Agliè	Casa del Quartiere con servizio di bagni pubblici. Centro culturale per incontro, costruzione e interazione tra diverse generazioni
Bellissimo	Studio di designer e creativi per il branding e la pubblicità
Bulgini	Artista visivo
Bunker	Attività culturali, naturalistiche e sportive in area dismessa di derivazione industriale. Ospita altri soggetti operanti nel circo e arti visive.
Diogene	Residenza/studio e sede operativa per la ricerca nelle arti visive all'interno di un tram restaurato collocato in una rotonda
Fondazione Amendola	Attività sociali orientate a sviluppare lo studio del pensiero del politico Giorgio Amendola. Attività espositive, biblioteca e pubblicazioni.
Gagliardi	Galleria d'arte commerciale, approccio che include la molteplicità espressiva delle diverse forme artistiche
Le Ginestre	Sede dell'Associazione Valprato15, bar-ristorante, jazz club. Organizza scuole musica e festival, attività commerciale, concerti, festival quartiere
MEF	Museo privato d'arte moderna e contemporanea. Mostre, didattica e progetti territoriali con altri soggetti
Plinto - Casa Zera	Gruppo di giovani architetti che lavora con i temi dell'autocostruzione, design, comunicazione e rigenerazione urbana.
Saroldi	Fotografo
Spazio 211	Locale musicale e sala prove, sostengono le produzioni culturali giovanili indipendenti e l'affermazione di una cultura alternativa
Trad!	Società di produzione teatrale, scuola di musica e danza per la valorizzazione della musica meridionale popolare. Affitto spazi ad altre realtà.
Via Baltea 3	Attività commerciale con laboratori di making e cittadinanza, una social caffetteria, un salone e una cucina da affittare, un coworking e due scuole di teatro e di jazz.
Zucca	Studio di architettura, palestra (affitto) e residenziale. Assoc. per la valorizzazione dello spazio pubblico e dell'architettura industriale.

Un'importante dimensione di analisi nel nostro lavoro ha riguardato il ruolo delle politiche e degli attori pubblici nel facilitare, sostenere e/o orientare le pratiche di produzione culturale e artistiche sviluppatasi nel quartiere. Il nostro punto di vista si è focalizzato non tanto sull'analisi delle politiche pubbliche di per sé quanto sulle caratteristiche delle pratiche culturali esistenti e sul ruolo che le politiche possono aver avuto sul loro sviluppo.

In questo senso, un primo elemento di interesse indagato ha riguardato i processi che spiegano *la genesi delle iniziative*, mettendo in luce tre possibili percorsi: le iniziative "orientate", ovvero generate all'interno di un determinato quadro istituzionale, quelle "incubate" nate cioè sotto la spinta di specifici percorsi universitari e poi sboccate su basi autonome<sup>7</sup>, e quelle totalmente "indipendenti", frutto dunque dell'iniziativa di singoli o di piccoli gruppi secondo una logica bottom-up. Curiosamente, tra le prime è possibile annoverare solo la realtà dei Bagni di Via Agliè, una delle Case del Quartiere promosse dal Comune di Torino con finanziamenti di Compagnia di San Paolo e con finalità prevalentemente sociali. Eccetto due realtà incubate in ambito universitario, nella stragrande maggioranza dei casi si può dunque parlare di vere e proprie iniziative originate in modo indipendente. Il dato forte che emerge è dunque il ruolo fondamentale dell'iniziativa privata (individuale o di gruppo) nella dinamica culturale in Barriera: una sorta di "imprenditoria senza scopo di lucro" in cui la passione del singolo/gruppo prende forme concrete di attività organizzata.

Un secondo elemento di riflessione relativo al ruolo delle politiche pubbliche analizzato nella nostra indagine è stato *il grado di dipendenza/indipendenza economica delle diverse iniziative*, a prescindere dunque dal percorso che le ha originate. Anche qui la rottura con il luogo comune è forte. La maggior parte delle organizzazioni analizzate sono infatti relativamente indipendenti dai contributi pubblici: alcune lo sono completamente, mentre altre accedono a fondi pubblici ma solamente su progetti specifici, e dunque non per lo sviluppo dell'attività ordinaria, distanziandosi notevolmente dalla logica di sostegno diretto adottata negli anni passati. In termini interpretativi, una delle cause è sicuramente riconducibile alla scarsità delle risorse pubbliche degli ultimi anni (in molti casi il sostegno pubblico prende infatti la forma del contributo non monetario, come la concessione a titolo gratuito o agevolato degli spazi d'azione), e dunque alla consapevolezza dell'impossibilità di sopravvivenza "assistenziale". In molte delle interviste effettuate emerge però anche una chiara volontà di indipendenza, di "farcela da soli", in ottica prettamente imprenditoriale, per quanto non orientata al profitto.

Una sommaria riflessione sullo stato giuridico delle organizzazioni e sui *business model* emergenti - ovvero la logica di come un'organizzazione riesce ad operare e a sostenersi - conferma questa lettura. Se chiaramente prevalenti sono le attività non profit (15 tra associazioni, fondazioni e cooperative sociali) rispetto a quelle for profit, colpisce piuttosto la scarsa presenza di fondazioni da un lato (una forma molto celebrata ma poco utilizzata, almeno nel nostro caso) e delle cooperative dall'altro (un animale in via d'estinzione, retaggio di anni passati?). Emerge inoltre la presenza anche

---

<sup>7</sup> E' il caso di Plinto e Bellissimo. Plinto nasce nel 2009 come progetto di un gruppo di studenti di Architettura che avevano aderito al Collettivo della Facoltà. Dopo la laurea, il gruppo ha realizzato come prima iniziativa un workshop internazionale che si è sviluppato per alcuni giorni in rete con altre università e, subito dopo, si è costituito nell'associazione Plinto nel 2012, mantenendo il nome e le finalità originarie, legate al tema dell'autocostruzione, del design autoprodotta con materiali di recupero e della promozione del ruolo sociale della professione di architetto e designer. La realizzazione di Casa Zera, sede di Plinto, si è avvalsa di fondi europei ed è stata promossa dallo studio di Matteo Robiglio, professore al Dipartimento di Architettura e Design del Politecnico di Torino. L'idea di base consiste nell'inserire un modulo abitativo a impatto ambientale nullo negli spazi abbandonati dell'ex fabbrica Nebbiolo, oggi di proprietà della Città di Torino.

Bellissimo nasce sulle orme di LADIPRO, laboratorio per la didattica di progetto del Politecnico di Torino dove tra il 1996 e il 1998 si sperimentavano nuove forme grafiche attraverso strumentazioni all'avanguardia (è qui che si utilizzano per la prima volta in Torino i computer Macintosh per la grafica progettuale). Nel 1997 il laboratorio dà vita alla rivista LABEL, un progetto cross-disciplinare finanziato come progetto studentesco da Politecnico e Università di Torino, che innova e rivoluziona la grafica del tempo. E' così che all'interno del gruppo si formano delle interessanti competenze grafiche, tanto da raccogliere alcune commissioni esterne. Nel 1998 tre membri del gruppo (Luca Ballarini, Carlo Miano e Roberto Maria Clemente) decidono di fondare Bellissimo, società a responsabilità limitata che lavora nell'ambito della comunicazione a livello interdisciplinare: non un'agenzia pubblicitaria ma uno studio di grafica, design e architettura aperto alla musica e alle arti visive.

di soggetti "singoli" o comunque non strutturati, chiaramente individuabili nel caso degli artisti ma non solo: è il caso, ad esempio, di Atelier Héritage che, pur attivando diverse relazioni collaborative e volontarie, non è ancora in grado di strutturarsi formalmente.

Al di là degli aspetti formali, è però interessante rilevare come la maggior parte delle realtà sviluppino attività di tipo commerciale o di intrattenimento, non certo orientate alla logica del profitto, ma comunque nell'ottica dell'incontro tra domanda e offerta che avviene sul mercato. Alcune realtà sopravvivono infatti puntando principalmente sulla capacità creativa di abbattere i costi (dal volontariato, al riciclo per le ristrutturazioni e l'arredamento, alle modalità di retribuzione del lavoro, garantendosi spazi a basso costo). In altri casi diventa più rilevante il ruolo delle attività commerciali a supporto di quelle socio-culturali, sviluppando un modello basato sulla diversificazione dell'attività. Maggiori in termini numerici sembrano infine essere quelle situazioni che, pur sviluppando attività di tipo culturale/artistico, si rivolgono al mercato (per committenza, offerte commerciali/di intrattenimento). Minoritarie in ogni caso le realtà che per la loro sopravvivenza si basano su contributi "a fondo perduto", non solo pubblici, ma anche privati (sponsorizzazioni, fondazioni bancarie): se il settore pubblico sembra essersi ritirato, di certo non è stato sostituito dal mecenatismo privato. Piuttosto che perseguire la strada del contributo esterno, si tenta cioè il sentiero dell'imprenditorialità.

In questo contesto, particolarmente debole e in parte disconnesso dal fermento del territorio sembra essere il contributo di *Urban Barriera*, una delle politiche pubbliche più rilevanti attive nell'area negli ultimi anni. Pochissime delle realtà analizzate documentano infatti progetti sviluppati in cooperazione con Urban, o dichiarano di percepire Urban come un interlocutore rilevante del quartiere. La questione è determinante: se è vero che la funzione originaria di Urban è quella di strumento progettuale della Municipalità per l'accompagnamento delle iniziative locali, lo sviluppo di comunità, l'animazione socio-culturale e rigenerazione urbana, la sua azione nel quartiere è stata rilevante per la riqualificazione fisica degli spazi urbani, mentre nel campo delle pratiche culturali si coglie un certo scollamento tra il ruolo di Urban e le realtà più significative del quartiere.

## Conclusioni

La ricostruzione delle esperienze culturali in Barriera di Milano sembra confermare la vitalità del quartiere come ambito socio-spaziale capace di generare pratiche culturali originali e autonome, anche durante la perdurante crisi urbana. In questo contesto – e nella maggior parte dei casi – l'influenza delle politiche sembra essere particolarmente debole, sia in termini di input alle iniziative che di supporto economico.

In filigrana, possiamo senz'altro leggere questo fenomeno come effetto della contrazione delle risorse pubbliche e, in qualche caso, della volontà del settore pubblico di lasciare emergere il dinamismo spontaneo nella società locale. Da un'altra prospettiva si può però anche sottolineare una minore capacità del settore pubblico di cogliere l'innovazione in atto, forse perché molte delle iniziative che abbiamo incrociato sono il frutto di un impegno spesso individuale o, comunque, molto più frammentato che in passato.

L'analisi effettuata dimostra infatti l'esistenza di istanze individuali che sul territorio sviluppano relazioni plurime ma mai comunitarie. E infatti, paradossalmente, i tentativi di azione collettiva (quale il progetto del Tavolo delle Arti Contemporanee elaborato dal MEF) stentano a spiccare il volo. Siamo dunque di fronte ad una sorta di attivismo urbano che sembra assumere caratteristiche molto diverse da quello emerso negli anni '70 e '80, rispetto al quale appare molto più eterogeneo e frammentato. Un impegno che non sembra riconducibile alle categorie convenzionali del lavoro sociale e culturale che avevano segnato i decenni passati e che, molto probabilmente, è il frutto delle trasformazioni sociali ed economiche indotte dalla crisi degli anni recenti: non diversamente da altre situazioni urbane, anche qui l'ondata culturale neoliberista ha determinato una disarticolazione delle società urbane e provoca reazioni differenziate a seconda dei gruppi sociali. Nel nostro caso, la prevalenza dell'associazionismo rispetto alle tradizionali cooperative e la rilevante componente imprenditoriale – intesa come la propensione al rischio individuale e collettivo in contrapposizione



alla logica dell'assistenzialismo - è d'altronde un altro segnale che emerge in modo netto dall'interpretazione delle modalità organizzative prevalenti, e che forse non è stato ancora colto nella sua rilevanza da un settore pubblico abituato ad altri schemi operativi.

Siamo di fronte, infatti, a una serie di esperienze che rivelano la volontà di sperimentare forme di impresa culturale che prescindono da un sostegno diretto del settore pubblico, collocandosi in una prospettiva in un certo senso "di mercato". Forse, una nuova forma di cittadinanza post-politica che costruisce anche una nuova pratica dell'agire nello spazio urbano caratterizzante i processi di *place-making* di ultima generazione.

## Bibliografia

- Bianchini, F., & Parkinson, M. (1993). *Cultural policy and urban regeneration: The west European experience*. Manchester: Manchester University Press.
- Evans, G. (2001). *Cultural planning. An urban renaissance?* London: Routledge.
- Evans, G. (2009). Creative cities, creative spaces and urban policy. *Urban Studies*, 46(5&6), 1003–1040. doi:10.1177/0042098009103853
- Landry, C., Greene, L., Matarasso, F., & Bianchini, F. (2001). *The art of regeneration. Urban renewal through cultural activity*. Stroud: Comedia.
- Quinn, B. (2005). Arts festivals and the city. *Urban Studies*, 42(5–6), 927–943. doi:10.1080/00420980500107250
- Salone Carlo, Bonini Baraldi Sara, Pazzola Giangavino (2017). Cultural production in peripheral urban spaces: lessons from Barriera, Turin (Italy). *EUROPEAN PLANNING STUDIES*, p. 1-21, ISSN: 0965-4313, doi: 10.1080/09654313.2017.1327033;
- Salone, C. Bonini Baraldi, S. Pazzola, G. 2017. Dinamiche socio-spaziali nella produzione culturale urbana. Uno studio su Barriera di Milano, Torino. *Memorie Geografiche*
- Scott, A. J. (2000). *The cultural economy of cities: Essays on the geography of image-producing industries*. Los Angeles: Sage.
- Sharp, J., Pollock, V., & Paddison, R. (2005). Just art for a just city: Public art and social inclusion in urban regeneration. *Urban Studies*, 42(5/6), 1001–1023. doi:10.1080/00420980500106963
- Young, G. (2008). *Reshaping planning with culture*. Aldershot: Ashgate

# politichepiemonte

Redatto in **IRES Piemonte** - Via Nizza, 18 - 10125 Torino

---

## Comitato di Redazione.



**Fiorenzo Ferlino,**  
direttore editoriale. IRES Piemonte.



**Alberto Crescimanno,**  
redattore responsabile. IRES Piemonte.



**Maria Teresa Avato,**  
redattore. IRES Piemonte.



**Davide Barella,**  
redattore. IRES Piemonte.



**Carlo A. Dondona,**  
redattore. IRES Piemonte.



**Carla Nanni,**  
redattore. IRES Piemonte.



**Marco Bagliani,**  
redattore. Università di Torino.



**Francesca Silvia Rota,**  
redattore. Università di Torino.

## La Rete dei Corrispondenti.

Prof. **Francesco ADAMO**, Presidente Geoprogress, Università del Piemonte Orientale. - Prof. **Carlo Alberto BARBIERI**, vice-Presidente INU, Politecnico di Torino. - Dott. **Franco BECCHIS**, Presidente Fondazione per l'Ambiente Teobaldo Fenoglio. - Prof. **Giuseppe BERTA**, Università Bocconi di Milano. - Dott. **Enrico BERTACCHINI**, Centro Studi Silvia Santagata, Torino. - Dott. **Federico BOARIO**, esperto analisi sul commercio, Torino. - Dott. **Francesco BRIZIO**, Presidente Gruppo Torinese Trasporti - GTT. - Prof. **Giorgio BROSIO**, Presidente SIEP, Università di Torino. - Dott. **Marco CAMOLETTO**, Presidente, AMIAT Torino. - Prof. **Riccardo CAPPELLIN**, Presidente Associazione Italiana di Scienze Regionali. - Prof. **Alberto CASSONE**, POLIS, Università Piemonte Orientale. - Dott. **Marco CAVAGNOLI**, Responsabile Centro di Competenza Edilizia e Gestione del Territorio CSI-Piemonte. - Dott.ssa **Tiziana CIAMPOLINI**, Responsabile Osservatorio delle Povertà e delle Risorse, Caritas Torino. - Prof. **Sergio CONTI**, DIter, Università di Torino. - Prof. **Giuseppe COSTA**, Università di Torino, Centro di Documentazione per la Promozione della Salute DoRs. - Ing. **Sergio CRESCIMANNO**, già Segretario Generale del Consiglio Regionale del Piemonte. - Dott. **Roberto CULLINO**, Banca d'Italia, Sede di Torino. - Dott. **Luca DAL POZZOLO**, Presidente Fondazione Fitzcarraldo. - Prof. **Luca DAVICO**, Comitato Rota - Eau Vive. - Prof. **Antonio DE LILLO**, Università degli Studi di Milano Bicocca. - Prof. **Giuseppe DEMATTEIS**, Presidente Dislivelli, DIter, Politecnico di Torino. - Dott. **Livio DEZZANI**, Regione Piemonte, Direttore Programmazione strategica, Politiche territoriali. - Prof. **Cesare EMANUEL**, Pro-Rettore Università Piemonte Orientale. - Prof. **Roberto GAMBINO**, European Documentation Centre on Nature Park Planning, Politecnico di Torino. - Prof. **Massimo Umberto GIORDANI**, Fondazione Torino Wireless, Politecnico di Torino. - Arch. **Mauro GIUDICE**, Presidente Istituto Nazionale di Urbanistica del Piemonte. - Prof. **Francesca GOVERNA**, Professore associato confermato, Politecnico di Torino - Arch. **Daniela GROGNARDI**, Urbanistica, Comune di Torino. - Prof. **Piero IGNAZI**, Dipartimento di Scienza Politica, Università di Bologna. - Prof. **Adriana LUCIANO**, Dipartimento di Scienze Sociali dell'Università degli Studi di Torino. - Prof. **Maria Luisa BIANCO**, Presidente del Dipartimento di Ricerca Sociale del Piemonte Orientale. - Prof. **Roberto MAZZOLA**, Dipartimento di Scienze Giuridiche ed Economiche, Università del Piemonte Orientale. - Prof. **Alfredo MELA**, Direttore Appunti di Politiche Territoriali, DINSE, Politecnico di Torino. - Prof. **Manfredo MONTAGNANA**, Presidente Unione Culturale Franco Antonicelli. - Dott.ssa **Paola MORRIS**, CEI-Invest in Torino Piemonte Centro Estero per l'Internazionalizzazione. - Prof. **Angelo PICHIERRI**, Dipartimento di Scienze Sociali dell'Università degli Studi di Torino. - Dott. sa **Pina NAPPI**, ARPA-Piemonte. - Prof. **Enzo RISSO**, Presidente IRES-Piemonte. - Dott. **Marco RIVA**, Fondazione Rosselli. - Prof. **Giuseppe RUSSO**, Founding Partner, Step Ricerche. - Prof. **Salvatore RIZZELLO**, Preside Facoltà di Giurisprudenza, Università del Piemonte Orientale. - Prof. **Riccardo ROSCELLI**, Presidente SITI, Politecnico di Torino. - Prof. **Nanni SALIO**, Presidente Centro Studi Sereno Regis. - Prof. **Mario SALOMONE**, Presidente Istituto per l'Ambiente e l'Educazione Scholé Futuro. - Prof. **Carlo SALONE**, DIter, Università di Torino. - Centro Studi Silvia Santagata, Torino. - Prof.ssa **Agata SPAZIANTE**, DIter, Politecnico di Torino. - Dott. **Roberto STROCCO**, Ufficio Studi e Statistiche dell'Unioncamere Piemonte. - Dott.ssa **Francesca TRACLO'**, Direttrice Fondazione Rosselli. - Prof. **Massimo Umberto GIORDANI**, Fondazione Torino Wireless, Politecnico di Torino. - Prof. **Giampaolo VITALI**, Ceris-Cnr. - Dott. **Mauro ZANGOLA**, Direttore Ufficio Studi della Confindustria di Torino.

03 novembre 2017

codice ISSN 2279-5030