

# VIAGGIO NEL SISTEMA CULTURA ITALIA

|



*IN FONDO SONO L'ARTE E LA SCIENZA CHE  
CI INDICANO E CI FANNO SPERARE UNA VITA  
SUPERIORE.*

*LUDWIG VAN BEETHOVEN*

*IN FONDO SONO L'ARTE E LA SCIENZA CHE  
CI INDICANO E CI FANNO SPERARE UNA VITA  
SUPERIORE.*

*LUDWIG VAN BEETHOVEN*



*La cultura ha un impatto irrinunciabile sulla qualità della vita, ed è misurabile più in termini di evoluzione che economici.*

*La cultura ha un impatto irrinunciabile sulla qualità della vita, ed è misurabile più in termini di evoluzione che economici.*

**CULTURA è...**

*La cultura ha un impatto irrinunciabile sulla qualità della vita, ed è misurabile più in termini di evoluzione che economici.*

**CULTURA è...**

-arti performative e visive 39%



*La cultura ha un impatto infungibile sulla qualità della vita, ed è misurabile più in termini di evoluzione che economici.*

**CULTURA è...**

- arti performative e visive 39%
- tradizioni, linguaggi, usanze 24%

*La cultura ha un impatto irrinunciabile sulla qualità della vita, ed è misurabile più in termini di evoluzione che economici.*

**CULTURA è...**

- arti performative e visive 39%
- tradizioni, linguaggi, usanze 24%
- letteratura, poesia 24%

*La cultura ha un impatto infungibile sulla qualità della vita, ed è misurabile più in termini di evoluzione che economici.*

**CULTURA è...**

- arti performative e visive 39%
- tradizioni, linguaggi, usanze 24%
- letteratura, poesia 24%
- educazione e famiglia 20%

*La cultura ha un impatto infungibile sulla qualità della vita, ed è misurabile più in termini di evoluzione che economici.*

**CULTURA è...**

- arti performative e visive 39%
- tradizioni, linguaggi, usanze 24%
- letteratura, poesia 24%
- educazione e famiglia 20%
- scienza e conoscenza 18%

*La cultura ha un impatto infungibile sulla qualità della vita, ed è misurabile più in termini di evoluzione che economici.*

**CULTURA è...**

- arti performative e visive 39%
- tradizioni, linguaggi, usanze 24%
- letteratura, poesia 24%
- educazione e famiglia 20%
- scienza e conoscenza 18%
- grandi civiltà 13%

*La cultura ha un impatto infungibile sulla qualità della vita, ed è misurabile più in termini di evoluzione che economici.*

**CULTURA è...**

- arti performative e visive 39%
- tradizioni, linguaggi, usanze 24%
- letteratura, poesia 24%
- educazione e famiglia 20%
- scienza e conoscenza 18%
- grandi civiltà 13%
- storia 13%

*La cultura ha un impatto infungibile sulla qualità della vita, ed è misurabile più in termini di evoluzione che economici.*

### **CULTURA è...**

- arti performative e visive 39%
- tradizioni, linguaggi, usanze 24%
- letteratura, poesia 24%
- educazione e famiglia 20%
- scienza e conoscenza 18%
- grandi civiltà 13%
- storia 13%
- musei 11%

*La cultura ha un impatto infungibile sulla qualità della vita, ed è misurabile più in termini di evoluzione che economici.*

### **CULTURA è...**

- arti performative e visive 39%
- tradizioni, linguaggi, usanze 24%
- letteratura, poesia 24%
- educazione e famiglia 20%
- scienza e conoscenza 18%
- grandi civiltà 13%
- storia 13%
- musei 11%
- sport e tempo libero 9%



*La cultura ha un impatto infungibile sulla qualità della vita, ed è misurabile più in termini di evoluzione che economici.*

### **CULTURA è...**

- arti performative e visive 39%
- tradizioni, linguaggi, usanze 24%
- letteratura, poesia 24%
- educazione e famiglia 20%
- scienza e conoscenza 18%
- grandi civiltà 13%
- storia 13%
- musei 11%
- sport e tempo libero 9%
- valori e credenze 9%

*La cultura ha un impatto infungibile sulla qualità della vita, ed è misurabile più in termini di evoluzione che economici.*

### **CULTURA è...**

- arti performative e visive 39%
- tradizioni, linguaggi, usanze 24%
- letteratura, poesia 24%
- educazione e famiglia 20%
- scienza e conoscenza 18%
- grandi civiltà 13%
- storia 13%
- musei 11%
- sport e tempo libero 9%
- valori e credenze 9%
- concetti negativi 1%

*La cultura ha un impatto infungibile sulla qualità della vita, ed è misurabile più in termini di evoluzione che economici.*

### **CULTURA è...**

- arti performative e visive 39%
- tradizioni, linguaggi, usanze 24%
- letteratura, poesia 24%
- educazione e famiglia 20%
- scienza e conoscenza 18%
- grandi civiltà 13%
- storia 13%
- musei 11%
- sport e tempo libero 9%
- valori e credenze 9%
- concetti negativi 1%

In ogni caso la cultura, a qualsiasi cosa la vogliamo associare, occupa un posto importante per oltre tre quarti degli europei (77%).

*La cultura ha un impatto infungibile sulla qualità della vita, ed è misurabile più in termini di evoluzione che economici.*

## **CULTURA è...**

- arti performative e visive 39%
- tradizioni, linguaggi, usanze 24%
- letteratura, poesia 24%
- educazione e famiglia 20%
- scienza e conoscenza 18%
- grandi civiltà 13%
- storia 13%
- musei 11%
- sport e tempo libero 9%
- valori e credenze 9%
- concetti negativi 1%

In ogni caso la cultura, a qualsiasi cosa la vogliamo associare, occupa un posto importante per oltre tre quarti degli europei (77%).

(dati Eurobarometro 2007)

# LA CULTURA PER GLI EUROPEI

*La cultura ha un impatto infungibile sulla qualità della vita, ed è misurabile più in termini di evoluzione che economici.*

## **CULTURA è...**

- arti performative e visive 39%
- tradizioni, linguaggi, usanze 24%
- letteratura, poesia 24%
- educazione e famiglia 20%
- scienza e conoscenza 18%
- grandi civiltà 13%
- storia 13%
- musei 11%
- sport e tempo libero 9%
- valori e credenze 9%
- concetti negativi 1%

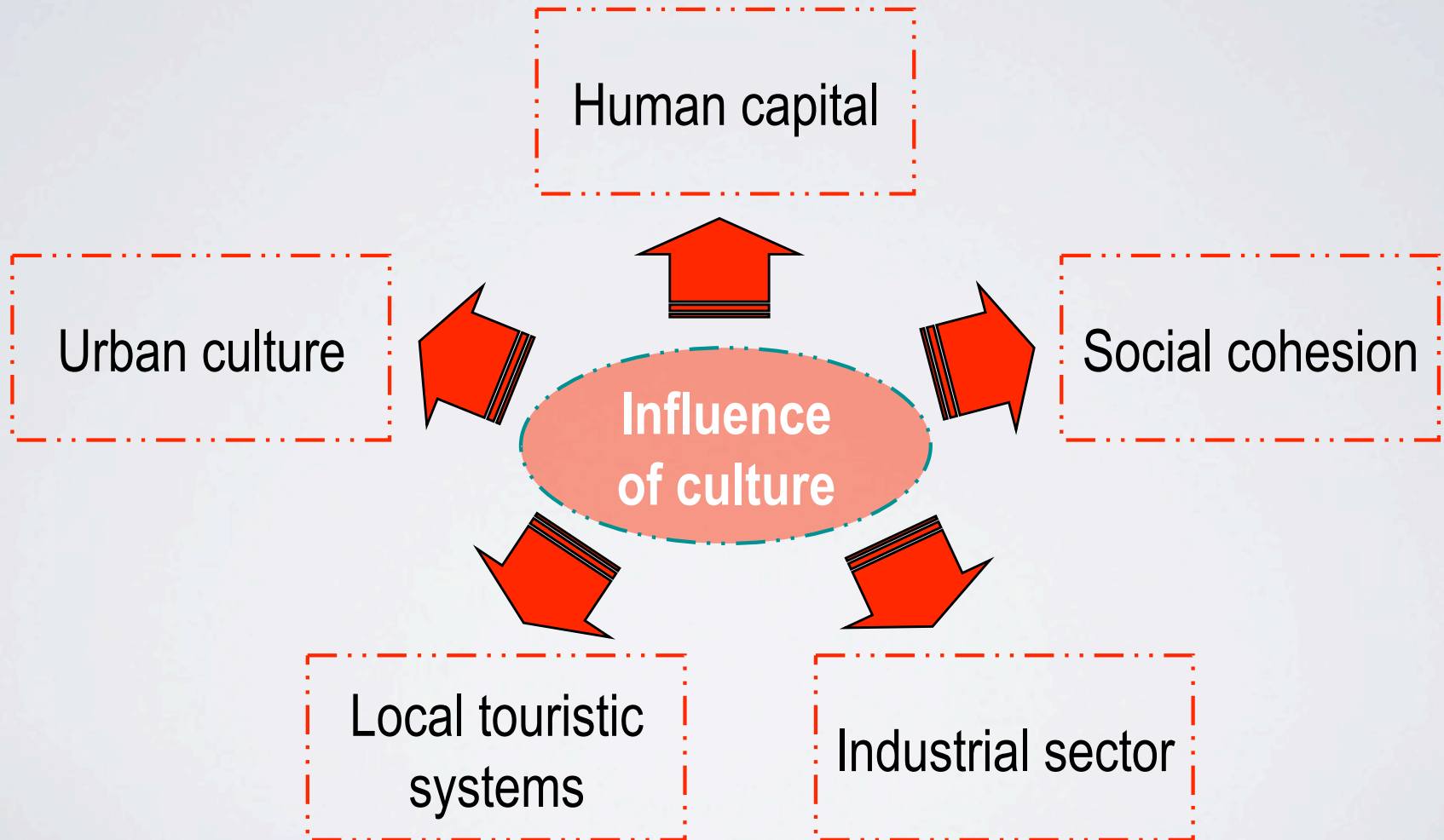
In ogni caso la cultura, a qualsiasi cosa la vogliamo associare, occupa un posto importante per oltre tre quarti degli europei (77%).

(dati Eurobarometro 2007)



# L'IMPATTO DELLA CULTURA SULLA CRESCITA

# L'IMPATTO DELLA CULTURA SULLA CRESCITA







# L'IMPATTO DELLA CULTURA SULLO SVILUPPO

# L'IMPATTO DELLA CULTURA SULLO SVILUPPO



# L'IMPATTO DELLA CULTURA SULLO SVILUPPO

**capitale umano**, poiché, intesa non in senso nozionistico ma come capacità di apprendimento e di crescita e trasformatasi da attività rituale ad attività rispondente al bisogno di informazione e conoscenza della popolazione, permette di investire in conoscenza, agendo sulla capacità competitiva e innovativa delle persone



# L'IMPATTO DELLA CULTURA SULLO SVILUPPO

**capitale umano**, poiché, intesa non in senso nozionistico ma come capacità di apprendimento e di crescita e trasformatasi da attività rituale ad attività rispondente al bisogno di informazione e conoscenza della popolazione, permette di investire in conoscenza, agendo sulla capacità competitiva e innovativa delle persone

**coesione sociale e coesistenza civile**, poiché la cultura permette lo sviluppo di modelli nuovi efficaci di integrazione e inclusione sociale



# L'IMPATTO DELLA CULTURA SULLO SVILUPPO

**capitale umano**, poiché, intesa non in senso nozionistico ma come capacità di apprendimento e di crescita e trasformatasi da attività rituale ad attività rispondente al bisogno di informazione e conoscenza della popolazione, permette di investire in conoscenza, agendo sulla capacità competitiva e innovativa delle persone

**coesione sociale e coesistenza civile**, poiché la cultura permette lo sviluppo di modelli nuovi efficaci di integrazione e inclusione sociale

**civiltà urbana** e, dunque, competitività e vivibilità delle città, al fine di rendere le nostre città laboratorio strategico di sviluppo e innovazione culturale





# L'IMPATTO DELLA CULTURA SULLO SVILUPPO



# L'IMPATTO DELLA CULTURA SULLO SVILUPPO



# L'IMPATTO DELLA CULTURA SULLO SVILUPPO

**nuovi modelli di comportamento sociale/urbano** e di interazione fra le persone, di consumo culturale e di apprendimento, la cui comprensione, a sua volta, appare essenziale per introdurre innovazione nei prodotti culturali e negli strumenti e forme di promozione e divulgazione degli stessi

# L'IMPATTO DELLA CULTURA SULLO SVILUPPO



**nuovi modelli di comportamento sociale/urbano** e di interazione fra le persone, di consumo culturale e di apprendimento, la cui comprensione, a sua volta, appare essenziale per introdurre innovazione nei prodotti culturali e negli strumenti e forme di promozione e divulgazione degli stessi

**sistemi turistici locali**, che si basano sempre più sull'idea di viaggio come esperienza, dunque, più sull'esperienza di fruizione dell'intero territorio, che sul prodotto in sé

# L'IMPATTO DELLA CULTURA SULLO SVILUPPO



**nuovi modelli di comportamento sociale/urbano** e di interazione fra le persone, di consumo culturale e di apprendimento, la cui comprensione, a sua volta, appare essenziale per introdurre innovazione nei prodotti culturali e negli strumenti e forme di promozione e divulgazione degli stessi

**sistemi turistici locali**, che si basano sempre più sull'idea di viaggio come esperienza, dunque, più sull'esperienza di fruizione dell'intero territorio, che sul prodotto in sé

**comparto industriale**, poiché lo straordinario successo che hanno i nostri prodotti Made in Italy nel mondo, dal design alla moda, è testimonianza di come la crescita culturale può avere un impatto sui forti investimenti che il settore industriale e artigianale hanno realizzato in ricerca, qualità, sviluppo di processi innovativi e creativi



# CULTURA E CAPITALE UMANO

# CULTURA E CAPITALE UMANO

- Beato quel paese i cui cittadini si riuniscono per riparare la fontana sotto casa», diceva Gaetano Salvemini, uno dei massimi politici italiani del Novecento, fondatore di Giustizia e Libertà.

# CULTURA E CAPITALE UMANO

- Beato quel paese i cui cittadini si riuniscono per riparare la fontana sotto casa», diceva Gaetano Salvemini, uno dei massimi politici italiani del Novecento, fondatore di Giustizia e Libertà.



**Qualità  
della vita**



# CULTURA E CAPITALE UMANO

- Beato quel paese i cui cittadini si riuniscono per riparare la fontana sotto casa», diceva Gaetano Salvemini, uno dei massimi politici italiani del Novecento, fondatore di Giustizia e Libertà.



# CULTURA E CAPITALE UMANO

- Beato quel paese i cui cittadini si riuniscono per riparare la fontana sotto casa», diceva Gaetano Salvemini, uno dei massimi politici italiani del Novecento, fondatore di Giustizia e Libertà.



# CULTURA E CAPITALE UMANO

- Beato quel paese i cui cittadini si riuniscono per riparare la fontana sotto casa», diceva Gaetano Salvemini, uno dei massimi politici italiani del Novecento, fondatore di Giustizia e Libertà.





# CAPITALE UMANO

# CAPITALE UMANO

- il Capitale umano è un costrutto multidimensionale non osservabile generato dall'investimento in istruzione, formazione, salute, contesto familiare e socio economico, tale da comportare un effetto sulla produttività, osservabile dal reddito da lavoro nel ciclo vitale.

# CAPITALE UMANO

- il Capitale umano è un costrutto multidimensionale non osservabile generato dall'investimento in istruzione, formazione, salute, contesto familiare e socio economico, tale da comportare un effetto sulla produttività, osservabile dal reddito da lavoro nel ciclo vitale.
- Teoria della crescita endogena (Romer) che assegna un ruolo al CU nel determinare la produttività e quindi il tasso di crescita del PIL.

# CAPITALE UMANO

- il Capitale umano è un costrutto multidimensionale non osservabile generato dall'investimento in istruzione, formazione, salute, contesto familiare e socio economico, tale da comportare un effetto sulla produttività, osservabile dal reddito da lavoro nel ciclo vitale.
- Teoria della crescita endogena (Romer) che assegna un ruolo al CU nel determinare la produttività e quindi il tasso di crescita del PIL.
- Un aumento di un anno di istruzione media nei paesi Ocse provoca nel lungo periodo un incremento stabile del 3-6% del PIL (Rapporto OCSE 2005)



# CAPITALE UMANO

- il Capitale umano è un costrutto multidimensionale non osservabile generato dall'investimento in istruzione, formazione, salute, contesto familiare e socio economico, tale da comportare un effetto sulla produttività, osservabile dal reddito da lavoro nel ciclo vitale.
- Teoria della crescita endogena (Romer) che assegna un ruolo al CU nel determinare la produttività e quindi il tasso di crescita del PIL.
- Un aumento di un anno di istruzione media nei paesi Ocse provoca nel lungo periodo un incremento stabile del 3-6% del PIL (Rapporto OCSE 2005)



# IMPATTO CU SULLA PRODUTTIVITÀ

# IMPATTO CU SULLA PRODUTTIVITÀ



# IMPATTO CU SULLA PRODUTTIVITÀ

Istruzione



# IMPATTO CU SULLA PRODUTTIVITÀ

Istruzione

Reti sociali



# IMPATTO CU SULLA PRODUTTIVITÀ

Istruzione

Reti sociali

Cultura



# IMPATTO CU SULLA PRODUTTIVITÀ

Istruzione

Reti sociali

Cultura

Valori Sociali





# IMPATTO CU SULLA PRODUTTIVITÀ

Istruzione

Reti sociali

Cultura

Valori Sociali

Formazione  
Continua



# IMPATTO CU SULLA PRODUTTIVITÀ

Istruzione

Reti sociali

Cultura

Valori Sociali

Formazione  
Continua

Ecc.



# IMPATTO CU SULLA PRODUTTIVITÀ

Istruzione

Reti sociali

Cultura

Valori Sociali

Formazione  
Continua

Ecc.



**CU**



**Produttività**

# IMPATTO CU SULLA PRODUTTIVITÀ

Istruzione

Reti sociali

Cultura

Valori Sociali

Formazione  
Continua

Ecc.

Diffusione  
ICT

**CU**

**Produttività**

# IMPATTO CU SULLA PRODUTTIVITÀ

Istruzione

Reti sociali

Cultura

Valori Sociali

Formazione  
Continua

Ecc.



Diffusione  
ICT

R&S

Progresso Tecnologico



# IMPATTO CU SULLA PRODUTTIVITÀ

Istruzione

Reti sociali

Cultura

Valori Sociali

Formazione

Continua

Ecc.



Diffusione  
ICT

R&S

Progresso Tecnologico

Creatività, Capacità di  
lavoro, innovazione



# IMPATTO CU SULLA PRODUTTIVITÀ

Istruzione

Reti sociali

Cultura

Valori Sociali

Formazione

Continua

Ecc.



Diffusione  
ICT

R&S

Progresso Tecnologico

Creatività, Capacità di  
lavoro, innovazione







# CAPITALE SOCIALE

# CAPITALE SOCIALE

- “Il capitale sociale riunisce quella serie di relazioni sociali (familiari, associative, reti informali) basate su fiducia, cooperazione e reciprocità. È un “tesoro nascosto” collettivo che cementa la società e ne garantisce la coesione. Ma è una risorsa scarsa, che non si rigenera automaticamente: dove non c’è, aumentano frammentazione e anomia, l’economia ristagna e le istituzioni pubbliche declinano”  
Pierpaolo Donati.

# CAPITALE SOCIALE

- “Il capitale sociale riunisce quella serie di relazioni sociali (familiari, associative, reti informali) basate su fiducia, cooperazione e reciprocità. È un “tesoro nascosto” collettivo che cementa la società e ne garantisce la coesione. Ma è una risorsa scarsa, che non si rigenera automaticamente: dove non c’è, aumentano frammentazione e anomia, l’economia ristagna e le istituzioni pubbliche declinano”  
Pierpaolo Donati.
- Capitale sociale quale variabile in grado di favorire lo sviluppo politico ed economico di un sistema sociale, perché facilita l'identificazione di identità ed interessi individuali con quelli della comunità di appartenenza. In questo senso Putnam offre un'interessante chiave di lettura dei processi di modernizzazione della società.



# POSSIBILE ESERCIZIO

# POSSIBILE ESERCIZIO

- Ricostruire la mappa del capitale sociale del proprio territorio

# POSSIBILE ESERCIZIO

- Ricostruire la mappa del capitale sociale del proprio territorio
  - interviste

# POSSIBILE ESERCIZIO

- Ricostruire la mappa del capitale sociale del proprio territorio
  - interviste
  - focus group



# POSSIBILE ESERCIZIO

- Ricostruire la mappa del capitale sociale del proprio territorio
  - interviste
  - focus group
  - analisi statistiche, numero e tipologie di associazioni, associazioni datoriali, parti sociali, e nuove forme di socialità

# POSSIBILE ESERCIZIO

- Ricostruire la mappa del capitale sociale del proprio territorio
  - interviste
  - focus group
  - analisi statistiche, numero e tipologie di associazioni, associazioni datoriali, parti sociali, e nuove forme di socialità
- Simulare in classe un'interazione per fare emergere le diverse esigenze

# POSSIBILE ESERCIZIO

- Ricostruire la mappa del capitale sociale del proprio territorio
  - interviste
  - focus group
  - analisi statistiche, numero e tipologie di associazioni, associazioni datoriali, parti sociali, e nuove forme di socialità
- Simulare in classe un'interazione per fare emergere le diverse esigenze
- Studiare con i ragazzi che cosa significa oggi ricostruire il senso di comunità, analizzando esperienze ad esempio come i GAS per capire se possono considerarsi forme innovative per rispondere alle esigenze individuali



# CAPITALE CULTURALE

# CAPITALE CULTURALE

- Il capitale culturale (lingue, gusto, way of life, ecc) può essere rappresentato come l'insieme di competenze e conoscenze acquisite a scuola e nelle reti sociali in cui si sviluppa la vita di ciascun cittadino.

# CAPITALE CULTURALE

- Il capitale culturale (lingue, gusto, way of life, ecc) può essere rappresentato come l'insieme di competenze e conoscenze acquisite a scuola e nelle reti sociali in cui si sviluppa la vita di ciascun cittadino.
- L'identità di un luogo è fortemente caratterizzata dal capitale culturale che lo stesso ha nel tempo prodotto.





# LA CULTURA MOTORE DI SVILUPPO

# LA CULTURA MOTORE DI SVILUPPO

- La cultura migliora le capacità dell'individuo: più creatività e più efficienza nel produrre, ma anche più capacità di autorealizzazione del proprio potenziale. Accrescere la "capacitazione umana", come definita da Amartya Sen, anche attraverso la cultura, migliora la partecipazione al processo democratico, la coesione e l'integrazione sociale.

# LA CULTURA MOTORE DI SVILUPPO

- La cultura migliora le capacità dell'individuo: più creatività e più efficienza nel produrre, ma anche più capacità di autorealizzazione del proprio potenziale. Accrescere la “capacitazione umana”, come definita da Amartya Sen, anche attraverso la cultura, migliora la partecipazione al processo democratico, la coesione e l'integrazione sociale.
- Il motore della crescita può ben essere, in tutte le sue accezioni, la nostra cultura. Il patrimonio culturale entra nei nostri prodotti e li differenzia garantendone la presenza sui mercati globali, secondo quel fenomeno che Carlo Maria Cipolla avrebbe definito come “la nostra capacità di fare le cose belle che piacciono al mondo”.

# LA CULTURA MOTORE DI SVILUPPO

- La cultura migliora le capacità dell'individuo: più creatività e più efficienza nel produrre, ma anche più capacità di autorealizzazione del proprio potenziale. Accrescere la "capacitazione umana", come definita da Amartya Sen, anche attraverso la cultura, migliora la partecipazione al processo democratico, la coesione e l'integrazione sociale.
- Il motore della crescita può ben essere, in tutte le sue accezioni, la nostra cultura. Il patrimonio culturale entra nei nostri prodotti e li differenzia garantendone la presenza sui mercati globali, secondo quel fenomeno che Carlo Maria Cipolla avrebbe definito come "la nostra capacità di fare le cose belle che piacciono al mondo".
- E questa capacità poggia le sue basi nell'incontro fra culture e tradizioni diverse che ha sempre caratterizzato il nostro Paese, e che continua ancora, anche grazie alle numerose iniziative della cooperazione culturale italiana all'estero.

# LA CULTURA MOTORE DI SVILUPPO

- La cultura migliora le capacità dell'individuo: più creatività e più efficienza nel produrre, ma anche più capacità di autorealizzazione del proprio potenziale. Accrescere la “capacitazione umana”, come definita da Amartya Sen, anche attraverso la cultura, migliora la partecipazione al processo democratico, la coesione e l'integrazione sociale.
- Il motore della crescita può ben essere, in tutte le sue accezioni, la nostra cultura. Il patrimonio culturale entra nei nostri prodotti e li differenzia garantendone la presenza sui mercati globali, secondo quel fenomeno che Carlo Maria Cipolla avrebbe definito come “la nostra capacità di fare le cose belle che piacciono al mondo”.
- E questa capacità poggia le sue basi nell'incontro fra culture e tradizioni diverse che ha sempre caratterizzato il nostro Paese, e che continua ancora, anche grazie alle numerose iniziative della cooperazione culturale italiana all'estero.
- Gli strumenti offerti dalla tecnologia, a partire dalla rete internet, favoriscono la diffusione della conoscenza e moltiplicano l'accessibilità al patrimonio oltre i vincoli sociali e geografici, per una reale costruzione e condivisione della nostra identità.

# LA CULTURA MOTORE DI SVILUPPO

- La cultura migliora le capacità dell'individuo: più creatività e più efficienza nel produrre, ma anche più capacità di autorealizzazione del proprio potenziale. Accrescere la “capacitazione umana”, come definita da Amartya Sen, anche attraverso la cultura, migliora la partecipazione al processo democratico, la coesione e l'integrazione sociale.
- Il motore della crescita può ben essere, in tutte le sue accezioni, la nostra cultura. Il patrimonio culturale entra nei nostri prodotti e li differenzia garantendone la presenza sui mercati globali, secondo quel fenomeno che Carlo Maria Cipolla avrebbe definito come “la nostra capacità di fare le cose belle che piacciono al mondo”.
- E questa capacità poggia le sue basi nell'incontro fra culture e tradizioni diverse che ha sempre caratterizzato il nostro Paese, e che continua ancora, anche grazie alle numerose iniziative della cooperazione culturale italiana all'estero.
- Gli strumenti offerti dalla tecnologia, a partire dalla rete internet, favoriscono la diffusione della conoscenza e moltiplicano l'accessibilità al patrimonio oltre i vincoli sociali e geografici, per una reale costruzione e condivisione della nostra identità.



# DIRITTO DI ACCESSO ALLA CULTURA



# DIRITTO DI ACCESSO ALLA CULTURA

«ogni individuo ha diritto di prendere parte liberamente alla vita culturale della comunità, di godere delle arti e di partecipare al progresso scientifico e ai suoi benefici», Art. 27 della “Dichiarazione Universale dei Diritti dell’Uomo” (Assemblea generale delle Nazioni Unite, 1948)



# CULTURA E COESIONE SOCIALE

# CULTURA E COESIONE SOCIALE

- Parlare di cultura come “fattore di inclusione sociale” richiede una ulteriore delimitazione di campo, importante per distinguere le iniziative di semplice sviluppo dell’accesso in contesti socialmente difficili (ad es. introduzione di agevolazioni all’ingresso, ampliamento degli orari di apertura, rimozione delle barriere fisiche o sensoriali, creazione di scaffali multietnici nelle biblioteche, singole azioni di outreach nelle scuole, nei quartieri periferici)

# CULTURA E COESIONE SOCIALE

- Parlare di cultura come “fattore di inclusione sociale” richiede una ulteriore delimitazione di campo, importante per distinguere le iniziative di semplice sviluppo dell’accesso in contesti socialmente difficili (ad es. introduzione di agevolazioni all’ingresso, ampliamento degli orari di apertura, rimozione delle barriere fisiche o sensoriali, creazione di scaffali multietnici nelle biblioteche, singole azioni di outreach nelle scuole, nei quartieri periferici)
- dai progetti che si propongono in modo esplicito di affrontare un “problema” di esclusione/marginalità sociale e culturale (ad esempio, contribuire a risolvere i conflitti interetnici in un quartiere, offrire opportunità di formazione, di aggregazione e di avvicinamento, alla dimensione creativa ai giovani a rischio di devianza, abbandono scolastico ecc.)

# CULTURA E COESIONE SOCIALE

- Parlare di cultura come “fattore di inclusione sociale” richiede una ulteriore delimitazione di campo, importante per distinguere le iniziative di semplice sviluppo dell’accesso in contesti socialmente difficili (ad es. introduzione di agevolazioni all’ingresso, ampliamento degli orari di apertura, rimozione delle barriere fisiche o sensoriali, creazione di scaffali multietnici nelle biblioteche, singole azioni di outreach nelle scuole, nei quartieri periferici)
- dai progetti che si propongono in modo esplicito di affrontare un “problema” di esclusione/marginalità sociale e culturale (ad esempio, contribuire a risolvere i conflitti interetnici in un quartiere, offrire opportunità di formazione, di aggregazione e di avvicinamento, alla dimensione creativa ai giovani a rischio di devianza, abbandono scolastico ecc.)

PERIFERIE, CULTURA E INCLUSIONE SOCIALE, a cura di Simona Bodo, Cristina Da Milano, Silvia Mascheroni, anno 2009, Quaderno 1 della Fondazione Cariplo, disponibile su <http://www.fondazionecariplo.it/portal/upload/ent3/1/Quaderno1PeriferieWeb.pdf>



# POSSIBILE ESERCIZIO



# POSSIBILE ESERCIZIO

- Verificare sul proprio territorio quali sono e che caratteristiche hanno le iniziative culturali, rispondono ad obiettivi di:

# POSSIBILE ESERCIZIO

- Verificare sul proprio territorio quali sono e che caratteristiche hanno le iniziative culturali, rispondono ad obiettivi di:
  - riduzione dell'esclusione sociale

# POSSIBILE ESERCIZIO

- Verificare sul proprio territorio quali sono e che caratteristiche hanno le iniziative culturali, rispondono ad obiettivi di:
  - riduzione dell'esclusione sociale
  - aumenta all'accesso alla cultura

# POSSIBILE ESERCIZIO

- Verificare sul proprio territorio quali sono e che caratteristiche hanno le iniziative culturali, rispondono ad obiettivi di:
  - riduzione dell'esclusione sociale
  - aumenta all'accesso alla cultura
  - promozione dell'economia

# POSSIBILE ESERCIZIO

- Verificare sul proprio territorio quali sono e che caratteristiche hanno le iniziative culturali, rispondono ad obiettivi di:
  - riduzione dell'esclusione sociale
  - aumenta all'accesso alla cultura
  - promozione dell'economia
- Organizzare dei laboratori creativi per aiutarli a sviluppare delle ipotesi di miglioramento delle politiche culturali

# SVILUPPO DELL'ACCESSO ALLA CULTURA

Ricerche su pubblico e non-pubblico, consultazione regolare e continua delle comunità di riferimento

Agevolazioni all'ingresso

Rimozione barriere all'accesso fisico e sensoriale

Rimozione barriere linguistiche (es. segnaletica e supporti informativi in lingua straniera)

Predisposizione di cataloghi e servizi on-line

Offerta educativa (dalle visite guidate a servizi educativi più strutturati)

Servizi per pubblici con "esigenze speciali" (es. sezioni in lingua nelle biblioteche per le comunità immigrate; percorsi mirati e laboratori espressivi per utenti disabili)

Diversificazione dell'offerta culturale (es. cicli di conferenze sulle letterature migranti, performance di artisti locali ed internazionali, mostre multiculturali) in modo da riflettere la diversità sociale e culturale delle comunità di riferimento

Utilizzo di canali di comunicazione alternativi (es. stampa di comunità, media rivolti ai disabili, programmi radiotelevisivi / portali Internet dedicati alle comunità immigrate)

<http://www.fondazioneCARIPLO.it/portal/upload/ent3/1/Quaderno1PeriferieWeb.pdf>



# SVILUPPO SOCIOECONOMICO



# SVILUPPO SOCIOECONOMICO

programmi di outreach nelle scuole, negli ospedali, nelle carceri, nei quartieri periferici...

# SVILUPPO SOCIOECONOMICO

programmi di outreach nelle scuole, negli ospedali, nelle carceri, nei quartieri periferici...

iniziative in partenariato con le agenzie educative locali (scuole, CTP) per facilitare l'apprendimento della lingua e/o di altre discipline

# SVILUPPO SOCIOECONOMICO

programmi di outreach nelle scuole, negli ospedali, nelle carceri, nei quartieri periferici...

iniziative in partenariato con le agenzie educative locali (scuole, CTP) per facilitare l'apprendimento della lingua e/o di altre discipline

corsi gratuiti di alfabetizzazione e formazione informatica per adulti (nelle biblioteche)

# SVILUPPO SOCIOECONOMICO

programmi di outreach nelle scuole, negli ospedali, nelle carceri, nei quartieri periferici...

iniziative in partenariato con le agenzie educative locali (scuole, CTP) per facilitare l'apprendimento della lingua e/o di altre discipline

corsi gratuiti di alfabetizzazione e formazione informatica per adulti (nelle biblioteche)

progetti di educazione alla legalità o per la risoluzione dei conflitti

# SVILUPPO SOCIOECONOMICO

programmi di outreach nelle scuole, negli ospedali, nelle carceri, nei quartieri periferici...

iniziative in partenariato con le agenzie educative locali (scuole, CTP) per facilitare l'apprendimento della lingua e/o di altre discipline

corsi gratuiti di alfabetizzazione e formazione informatica per adulti (nelle biblioteche)

progetti di educazione alla legalità o per la risoluzione dei conflitti

percorsi formativi finalizzati al reinserimento lavorativo (es. corsi nelle carceri per bibliotecari, operatori di scavo archeologico ecc.)

# SVILUPPO SOCIOECONOMICO

programmi di outreach nelle scuole, negli ospedali, nelle carceri, nei quartieri periferici...

iniziative in partenariato con le agenzie educative locali (scuole, CTP) per facilitare l'apprendimento della lingua e/o di altre discipline

corsi gratuiti di alfabetizzazione e formazione informatica per adulti (nelle biblioteche)

progetti di educazione alla legalità o per la risoluzione dei conflitti

percorsi formativi finalizzati al reinserimento lavorativo (es. corsi nelle carceri per bibliotecari, operatori di scavo archeologico ecc.)

percorsi di cura e di riabilitazione per individui affetti da disagio psico-fisico

# SVILUPPO SOCIOECONOMICO

programmi di outreach nelle scuole, negli ospedali, nelle carceri, nei quartieri periferici...

iniziative in partenariato con le agenzie educative locali (scuole, CTP) per facilitare l'apprendimento della lingua e/o di altre discipline

corsi gratuiti di alfabetizzazione e formazione informatica per adulti (nelle biblioteche)

progetti di educazione alla legalità o per la risoluzione dei conflitti

percorsi formativi finalizzati al reinserimento lavorativo (es. corsi nelle carceri per bibliotecari, operatori di scavo archeologico ecc.)

percorsi di cura e di riabilitazione per individui affetti da disagio psico-fisico

<http://www.fondazionecriplo.it/portal/upload/ent3/1/Quaderno1PeriferieWeb.pdf>

# POLITICHE INCLUSONE CULTURALE

diversificazione degli organi di indirizzo, del personale, dei volontari

politiche di pari opportunità di assunzione, formazione e sviluppo del personale

creazione di organismi consultivi (ad esempio in rappresentanza dei giovani, delle comunità immigrate, degli utenti portatori di disabilità) e/o di una rete di “ambasciatori culturali

percorsi formativi finalizzati a coinvolgere attivamente i destinatari nella programmazione e/o nell'erogazione di servizi culturali (es. compagnie teatrali integrate, mediatori museali, servizi bibliotecari in carcere o nei dipartimenti di salute mentale a cura dei detenuti/pazienti)

individuazione in contesti socialmente problematici di nuovi talenti creativi (es. giovani artisti, scrittori, drammaturghi di origine immigrata),

programmi di “collezionismo di comunità” (es. prestito/donazione di oggetti per l'allestimento di una mostra o di un museo)

incentivazione della partecipazione dei giovani attraverso la manipolazione dei contenuti basata su piattaforme e tecnologie informatiche a loro familiari (es. creazione di audioguide dedicate alla visita di un museo, commenti alle singole opere, discussioni e confronti) o la creazione di prodotti culturali indirizzati ai loro coetanei (es. realizzazione di un cortometraggio sul tema della legalità o della xenofobia)



# POLITICHE INCLUSONE CULTURALE

diversificazione degli organi di indirizzo, del personale, dei volontari

politiche di pari opportunità di assunzione, formazione e sviluppo del personale

creazione di organismi consultivi (ad esempio in rappresentanza dei giovani, delle comunità immigrate, degli utenti portatori di disabilità) e/o di una rete di “ambasciatori culturali

percorsi formativi finalizzati a coinvolgere attivamente i destinatari nella programmazione e/o nell'erogazione di servizi culturali (es. compagnie teatrali integrate, mediatori museali, servizi bibliotecari in carcere o nei dipartimenti di salute mentale a cura dei detenuti/pazienti)

individuazione in contesti socialmente problematici di nuovi talenti creativi (es. giovani artisti, scrittori, drammaturghi di origine immigrata),

programmi di “collezionismo di comunità” (es. prestito/donazione di oggetti per l'allestimento di una mostra o di un museo)

incentivazione della partecipazione dei giovani attraverso la manipolazione dei contenuti basata su piattaforme e tecnologie informatiche a loro familiari (es. creazione di audioguide dedicate alla visita di un museo, commenti alle singole opere, discussioni e confronti) o la creazione di prodotti culturali indirizzati ai loro coetanei (es. realizzazione di un cortometraggio sul tema della legalità o della xenofobia)

<http://www.fondazioneCARIPLO.it/portal/upload/ent3/1/Quaderno1PeriferieWeb.pdf>



# CULTURA E VIVIBILITÀ

# CULTURA E VIVIBILITÀ

Come creiamo **Valore** (Risultati/Sforzi) per il cittadino?

# CULTURA E VIVIBILITÀ

Come creiamo **Valore** (Risultati/Sforzi) per il cittadino?

# CULTURA E VIVIBILITÀ

Come creiamo **Valore** (Risultati/Sforzi) per il cittadino?

Mobilità

# CULTURA E VIVIBILITÀ

Come creiamo **Valore** (Risultati/Sforzi) per il cittadino?

Spazio pubblico

Mobilità

# CULTURA E VIVIBILITÀ

Come creiamo **Valore** (Risultati/Sforzi) per il cittadino?

Spazio pubblico

Mobilità

Abitare



# CULTURA E VIVIBILITÀ

Come creiamo **Valore** (Risultati/Sforzi) per il cittadino?

Spazio pubblico

Ambiente

Mobilità

Abitare

# CULTURA E VIVIBILITÀ

Come creiamo **Valore** (Risultati/Sforzi) per il cittadino?

Spazio pubblico

Ambiente

Servizi sociali

Mobilità

Abitare

# CULTURA E VIVIBILITÀ

Come creiamo **Valore** (Risultati/Sforzi) per il cittadino?

Spazio pubblico

Ambiente

Servizi sociali

Servizi Educativi

Mobilità

Abitare

# CULTURA E VIVIBILITÀ

Come creiamo **Valore** (Risultati/Sforzi) per il cittadino?

Spazio pubblico

Ambiente

Servizi sociali

Servizi Educativi

Servizi Culturali

Mobilità

Abitare

# CULTURA E VIVIBILITÀ

Come creiamo **Valore** (Risultati/Sforzi) per il cittadino?

Spazio pubblico

Ambiente

Servizi sociali

Servizi Sanitari

Servizi Educativi

Servizi Culturali

Mobilità

Abitare

# CULTURA E VIVIBILITÀ

Come creiamo **Valore** (Risultati/Sforzi) per il cittadino?



# CULTURA E VIVIBILITÀ

Come creiamo **Valore** (Risultati/Sforzi) per il cittadino?







# COMPETITIVITÀ CITTÀ

# COMPETITIVITÀ CITTÀ



# COMPETITIVITÀ CITTÀ

**Capitale umano**



# COMPETITIVITÀ CITTÀ

**Capitale umano**



**Imprese**

# COMPETITIVITÀ CITTÀ

**Capitale umano**



# COMPETITIVITÀ CITTÀ

**Capitale umano**

**Studenti**

**Imprese**

**Qualità urbana**

**Turisti**

# COMPETITIVITÀ CITTÀ

**Capitale umano**

**Studenti**

**Imprese**

**Qualità urbana**

**Investimenti**

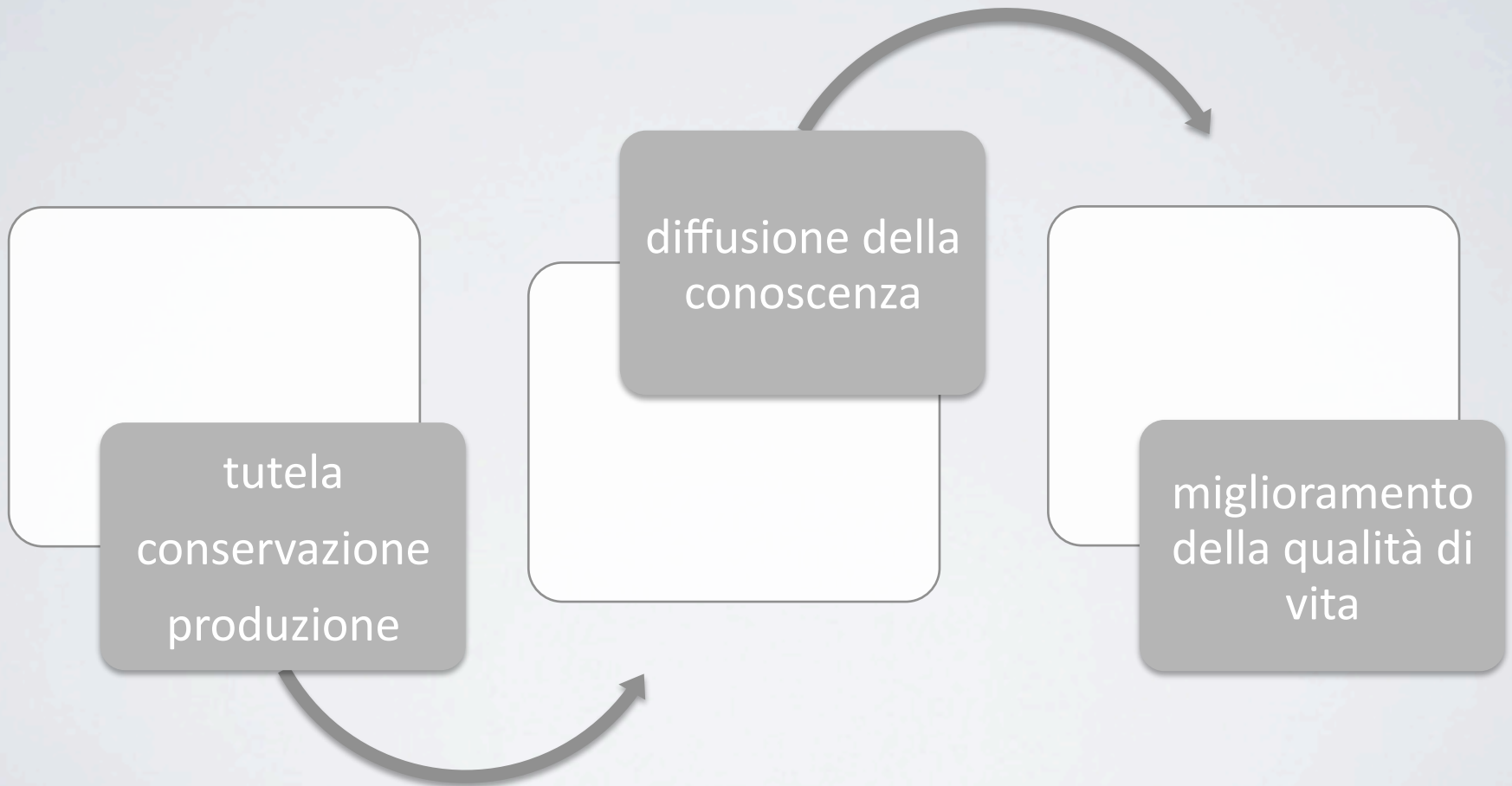
**Turisti**





# RIPENSARE ALLA FILIERA

# RIPENSARE ALLA FILIERA





# FILIERE CULTURALI





# IL SETTORE CULTURALE

# IL SETTORE CULTURALE

**PATRIMONIO  
CULTURALE**



# IL SETTORE CULTURALE

**PATRIMONIO  
CULTURALE**

Musei, Circuiti museali, Monumenti, Siti archeologici, Gallerie, Artisti, Critici, Storici, Curatori, Manager, Restauratori, Imprese esterne (Pulizia, Sicurezza, Servizi aggiuntivi di ristorazione, bookshop, didattica...), Ufficio Stampa, Editoria, Aziende Pubblicitarie, Sponsor, Giornalisti, Esperti di tecnologia digitale, Associazioni Culturali

# IL SETTORE CULTURALE

**PATRIMONIO  
CULTURALE**

**SPETTACOLO  
DAL VIVO**

Musei, Circuiti museali, Monumenti, Siti archeologici, Gallerie, Artisti, Critici, Storici, Curatori, Manager, Restauratori, Imprese esterne (Pulizia, Sicurezza, Servizi aggiuntivi di ristorazione, bookshop, didattica...), Ufficio Stampa, Editoria, Aziende Pubblicitarie, Sponsor, Giornalisti, Esperti di tecnologia digitale, Associazioni Culturali

# IL SETTORE CULTURALE

## **PATRIMONIO CULTURALE**

Musei, Circuiti museali, Monumenti, Siti archeologici, Gallerie, Artisti, Critici, Storici, Curatori, Manager, Restauratori, Imprese esterne (Pulizia, Sicurezza, Servizi aggiuntivi di ristorazione, bookshop, didattica...), Ufficio Stampa, Editoria, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Esperti di tecnologia digitale, Associazioni Culturali

## **SPETTACOLO DAL VIVO**

Teatri, Locali, Associazioni Culturali, Artisti, Critici, Storici, Curatori, Manager, Agenti, Produttori, Imprese esterne (Pulizia, Sicurezza, Servizi aggiuntivi di ristorazione, bookshop, Biglietteria...), Ufficio Stampa, Editoria, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Organizzazione Festival, Macchinisti specializzati, Esperti di tecnologia digitale

# IL SETTORE CULTURALE

## **PATRIMONIO CULTURALE**

Musei, Circuiti museali, Monumenti, Siti archeologici, Gallerie, Artisti, Critici, Storici, Curatori, Manager, Restauratori, Imprese esterne (Pulizia, Sicurezza, Servizi aggiuntivi di ristorazione, bookshop, didattica...), Ufficio Stampa, Editoria, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Esperti di tecnologia digitale, Associazioni Culturali

## **SPETTACOLO DAL VIVO**

Teatri, Locali, Associazioni Culturali, Artisti, Critici, Storici, Curatori, Manager, Agenti, Produttori, Imprese esterne (Pulizia, Sicurezza, Servizi aggiuntivi di ristorazione, bookshop, Biglietteria...), Ufficio Stampa, Editoria, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Organizzazione Festival, Macchinisti specializzati, Esperti di tecnologia digitale

## **CINEMA/ AUDIOVISIVO**

# IL SETTORE CULTURALE

## **PATRIMONIO CULTURALE**

Musei, Circuiti museali, Monumenti, Siti archeologici, Gallerie, Artisti, Critici, Storici, Curatori, Manager, Restauratori, Imprese esterne (Pulizia, Sicurezza, Servizi aggiuntivi di ristorazione, bookshop, didattica...), Ufficio Stampa, Editoria, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Esperti di tecnologia digitale, Associazioni Culturali

## **SPETTACOLO DAL VIVO**

Teatri, Locali, Associazioni Culturali, Artisti, Critici, Storici, Curatori, Manager, Agenti, Produttori, Imprese esterne (Pulizia, Sicurezza, Servizi aggiuntivi di ristorazione, bookshop, Biglietteria...), Ufficio Stampa, Editoria, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Organizzazione Festival, Macchinisti specializzati, Esperti di tecnologia digitale

## **CINEMA/ AUDIOVISIVO**

Sale cinematografiche, Arene, Animazione, Associazioni culturali, Registi e troupe, Critici, Storici, Case di produzione, Produttori, Distributori, Ufficio Stampa, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Organizzazione Festival e Premi, Esperti di tecnologia digitale

# IL SETTORE CULTURALE

## **PATRIMONIO CULTURALE**

Musei, Circuiti museali, Monumenti, Siti archeologici, Gallerie, Artisti, Critici, Storici, Curatori, Manager, Restauratori, Imprese esterne (Pulizia, Sicurezza, Servizi aggiuntivi di ristorazione, bookshop, didattica...), Ufficio Stampa, Editoria, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Esperti di tecnologia digitale, Associazioni Culturali

## **SPETTACOLO DAL VIVO**

Teatri, Locali, Associazioni Culturali, Artisti, Critici, Storici, Curatori, Manager, Agenti, Produttori, Imprese esterne (Pulizia, Sicurezza, Servizi aggiuntivi di ristorazione, bookshop, Biglietteria...), Ufficio Stampa, Editoria, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Organizzazione Festival, Macchinisti specializzati, Esperti di tecnologia digitale

## **CINEMA/ AUDIOVISIVO**

Sale cinematografiche, Arene, Animazione, Associazioni culturali, Registi e troupe, Critici, Storici, Case di produzione, Produttori, Distributori, Ufficio Stampa, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Organizzazione Festival e Premi, Esperti di tecnologia digitale

## **EDITORIA/ DISCOGRAFIA**

# IL SETTORE CULTURALE

## **PATRIMONIO CULTURALE**

Musei, Circuiti museali, Monumenti, Siti archeologici, Gallerie, Artisti, Critici, Storici, Curatori, Manager, Restauratori, Imprese esterne (Pulizia, Sicurezza, Servizi aggiuntivi di ristorazione, bookshop, didattica...), Ufficio Stampa, Editoria, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Esperti di tecnologia digitale, Associazioni Culturali

## **SPETTACOLO DAL VIVO**

Teatri, Locali, Associazioni Culturali, Artisti, Critici, Storici, Curatori, Manager, Agenti, Produttori, Imprese esterne (Pulizia, Sicurezza, Servizi aggiuntivi di ristorazione, bookshop, Biglietteria...), Ufficio Stampa, Editoria, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Organizzazione Festival, Macchinisti specializzati, Esperti di tecnologia digitale

## **CINEMA/ AUDIOVISIVO**

Sale cinematografiche, Arene, Animazione, Associazioni culturali, Registi e troupe, Critici, Storici, Case di produzione, Produttori, Distributori, Ufficio Stampa, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Organizzazione Festival e Premi, Esperti di tecnologia digitale

## **EDITORIA/ DISCOGRAFIA**

Locali, Teatri, Librerie, Studi registrazione, Gaming, Case di produzione, Artisti, Editor, Critici, Storici, Produttori, Distributori, Ufficio Stampa, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Organizzazione Festival e Premi, Tecnici del suono, Esperti di tecnologia digitale

# IL SETTORE CULTURALE

## **PATRIMONIO CULTURALE**

Musei, Circuiti museali, Monumenti, Siti archeologici, Gallerie, Artisti, Critici, Storici, Curatori, Manager, Restauratori, Imprese esterne (Pulizia, Sicurezza, Servizi aggiuntivi di ristorazione, bookshop, didattica...), Ufficio Stampa, Editoria, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Esperti di tecnologia digitale, Associazioni Culturali

## **SPETTACOLO DAL VIVO**

Teatri, Locali, Associazioni Culturali, Artisti, Critici, Storici, Curatori, Manager, Agenti, Produttori, Imprese esterne (Pulizia, Sicurezza, Servizi aggiuntivi di ristorazione, bookshop, Biglietteria...), Ufficio Stampa, Editoria, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Organizzazione Festival, Macchinisti specializzati, Esperti di tecnologia digitale

## **CINEMA/ AUDIOVISIVO**

Sale cinematografiche, Arene, Animazione, Associazioni culturali, Registi e troupe, Critici, Storici, Case di produzione, Produttori, Distributori, Ufficio Stampa, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Organizzazione Festival e Premi, Esperti di tecnologia digitale

## **EDITORIA/ DISCOGRAFIA**

Locali, Teatri, Librerie, Studi registrazione, Gaming, Case di produzione, Artisti, Editor, Critici, Storici, Produttori, Distributori, Ufficio Stampa, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Organizzazione Festival e Premi, Tecnici del suono, Esperti di tecnologia digitale

## **BIBLIOTECHE/ ARCHIVI**



# IL SETTORE CULTURALE

## **PATRIMONIO CULTURALE**

Musei, Circuiti museali, Monumenti, Siti archeologici, Gallerie, Artisti, Critici, Storici, Curatori, Manager, Restauratori, Imprese esterne (Pulizia, Sicurezza, Servizi aggiuntivi di ristorazione, bookshop, didattica...), Ufficio Stampa, Editoria, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Esperti di tecnologia digitale, Associazioni Culturali

## **SPETTACOLO DAL VIVO**

Teatri, Locali, Associazioni Culturali, Artisti, Critici, Storici, Curatori, Manager, Agenti, Produttori, Imprese esterne (Pulizia, Sicurezza, Servizi aggiuntivi di ristorazione, bookshop, Biglietteria...), Ufficio Stampa, Editoria, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Organizzazione Festival, Macchinisti specializzati, Esperti di tecnologia digitale

## **CINEMA/ AUDIOVISIVO**

Sale cinematografiche, Arene, Animazione, Associazioni culturali, Registi e troupe, Critici, Storici, Case di produzione, Produttori, Distributori, Ufficio Stampa, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Organizzazione Festival e Premi, Esperti di tecnologia digitale

## **EDITORIA/ DISCOGRAFIA**

Locali, Teatri, Librerie, Studi registrazione, Gaming, Case di produzione, Artisti, Editor, Critici, Storici, Produttori, Distributori, Ufficio Stampa, Aziende Pubbolicarie, Sponsor, Giornalisti, Organizzazione Festival e Premi, Tecnici del suono, Esperti di tecnologia digitale

## **BIBLIOTECHE/ ARCHIVI**

Biblioteche, Archivi, Sale espositive, Bibliotecari, Archivist, Storici, Imprese esterne (Pulizia, Sicurezza, Servizi aggiuntivi di ristorazione, bookshop, didattica...), Restauratori, Esperti di tecnologia digitale



# INDUSTRIA CREATIVA

# INDUSTRIA CREATIVA

Moda

# INDUSTRIA CREATIVA

Moda

Design

# INDUSTRIA CREATIVA

Moda

Design

Artigianato

# INDUSTRIA CREATIVA

Moda

ICT

Design

Artigianato

# INDUSTRIA CREATIVA

Moda

Enogastronomia

ICT

Design

Artigianato





# CHI DOMANDA CULTURA?

# CHI DOMANDA CULTURA?

- La domanda culturale non risente della crisi

# CHI DOMANDA CULTURA?

- La domanda culturale non risente della crisi
- Più consumo cultura più ne domando

# CHI DOMANDA CULTURA?

- La domanda culturale non risente della crisi
- Più consumo cultura più ne domando
- Il consumo culturale è fortemente correlato al livello di istruzione

# CHI DOMANDA CULTURA?

- La domanda culturale non risente della crisi
- Più consumo cultura più ne domando
- Il consumo culturale è fortemente correlato al livello di istruzione
- Si sta affermando un domanda di cultura per i giovanissimi

# CHI DOMANDA CULTURA?

- La domanda culturale non risente della crisi
- Più consumo cultura più ne domando
- Il consumo culturale è fortemente correlato al livello di istruzione
- Si sta affermando un domanda di cultura per i giovanissimi
- Sono un segmento consolidato gli adulti (35-65) e i meno giovani over 65

# CHI DOMANDA CULTURA?

- La domanda culturale non risente della crisi
- Più consumo cultura più ne domando
- Il consumo culturale è fortemente correlato al livello di istruzione
- Si sta affermando un domanda di cultura per i giovanissimi
- Sono un segmento consolidato gli adulti (35-65) e i meno giovani over 65
- Eppure anche i giovani consumano cultura ma vogliono un prodotto nuovo e più coerente con i loro modelli cognitivi....



# LA CULTURA IN CIFRE

- Istat
  - <http://www.istat.it/it/archivio/79529>
  - <http://www.misuredelbenessere.it/index.php?id=32>
- MIbac
  - <http://www.statistica.beniculturali.it/>
- Eurostat
  - <http://ec.europa.eu/eurostat/web/culture/overview>



# POSSIBILE ESERCIZIO

# POSSIBILE ESERCIZIO

Sviluppare ipotesi di nuove imprese culturali a partire dalle opportunità offerte dalla domanda, una nuova impresa culturale potrebbe:

# POSSIBILE ESERCIZIO

Sviluppare ipotesi di nuove imprese culturali a partire dalle opportunità offerte dalla domanda, una nuova impresa culturale potrebbe:

- innovare, attraverso la creazione di un prodotto/servizio più adeguato alle esigenze della domanda

# POSSIBILE ESERCIZIO

Sviluppare ipotesi di nuove imprese culturali a partire dalle opportunità offerte dalla domanda, una nuova impresa culturale potrebbe:

- innovare, attraverso la creazione di un prodotto/servizio più adeguato alle esigenze della domanda
- investire in nuove tecnologie, per sviluppare nuovi modelli di fruizione della cultura

# POSSIBILE ESERCIZIO

Sviluppare ipotesi di nuove imprese culturali a partire dalle opportunità offerte dalla domanda, una nuova impresa culturale potrebbe:

- innovare, attraverso la creazione di un prodotto/servizio più adeguato alle esigenze della domanda
- investire in nuove tecnologie, per sviluppare nuovi modelli di fruizione della cultura
- integrarsi all'interno della filiera culturale (spettacolo dal vivo con arti figurative, ecc.)

# POSSIBILE ESERCIZIO

Sviluppare ipotesi di nuove imprese culturali a partire dalle opportunità offerte dalla domanda, una nuova impresa culturale potrebbe:

- innovare, attraverso la creazione di un prodotto/servizio più adeguato alle esigenze della domanda
- investire in nuove tecnologie, per sviluppare nuovi modelli di fruizione della cultura
- integrarsi all'interno della filiera culturale (spettacolo dal vivo con arti figurative, ecc.)
- integrarsi con l'industria creativa del territorio



# POSSIBILE ESERCIZIO

Sviluppare ipotesi di nuove imprese culturali a partire dalle opportunità offerte dalla domanda, una nuova impresa culturale potrebbe:

- innovare, attraverso la creazione di un prodotto/servizio più adeguato alle esigenze della domanda
- investire in nuove tecnologie, per sviluppare nuovi modelli di fruizione della cultura
- integrarsi all'interno della filiera culturale (spettacolo dal vivo con arti figurative, ecc.)
- integrarsi con l'industria creativa del territorio
- integrarsi con il turismo



# QUALI OPPORTUNITÀ

# QUALI OPPORTUNITÀ

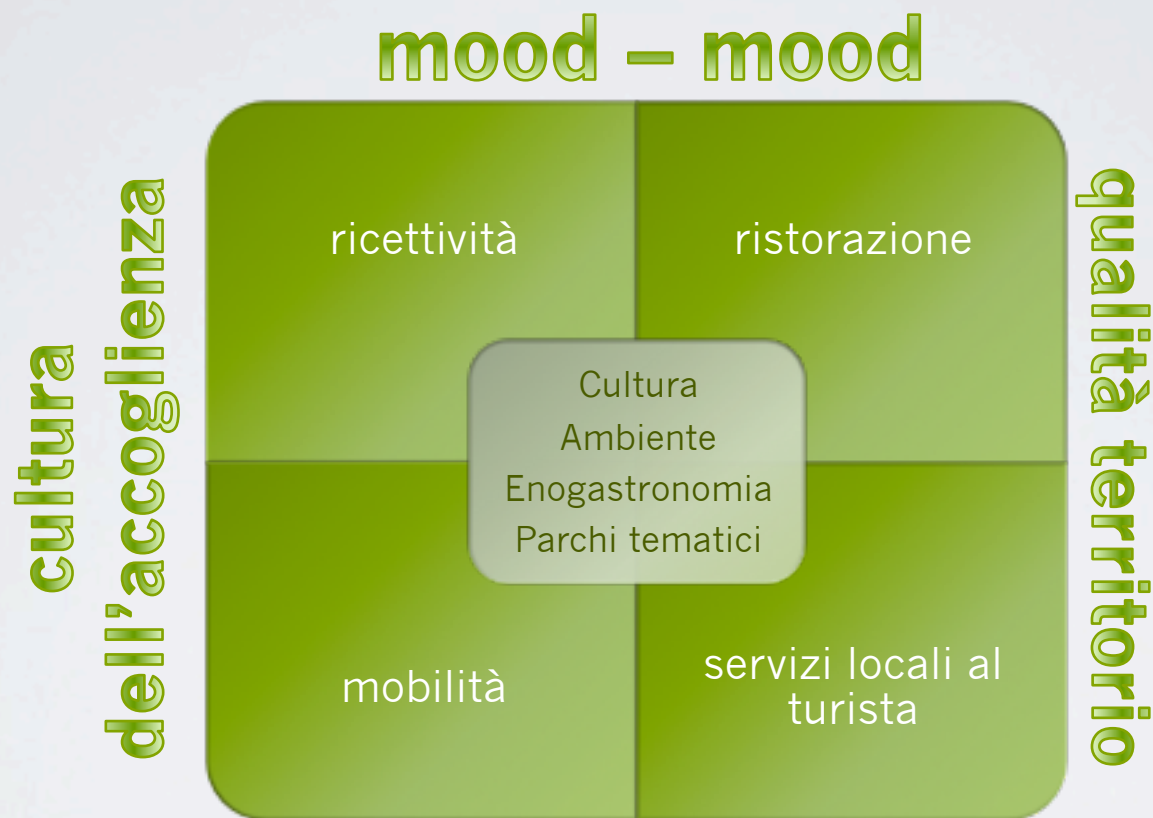
IDEAZIONE	Storici – Critici – Curatori
	Istituzioni – Sovrintendenze - Archivi
	Architetti – Designer – Registi - Scenografi
	Fund raising
REALIZZAZIONE	Musei – Istituzioni – Collezionisti privati
	Restauratori
	Artigiani – Allestitori -Scenografi
	Montatori – Elettricisti -Trasportatori
	Sviluppatori Software – Videogame – Web designer
	Addetti Hardware
	Traduttori
	Educational: ricercatori, storici, esperti didattica, grafici, cartoonist - animatori, video maker, tecnici audio-video, applicatori
Editoriale: storici, critici, curatori, grafici, tipografie - editori, distributori, librerie, luoghi di presentazione del prodotto (caffè-librerie, istituzioni culturali, sale conferenze, teatri, Internet-web marketing)	
Narrazione: sceneggiatori, registi, attori, tecnici dello spettacolo	
Gadget: storici, designer, artisti, artigiani, aziende specializzate singole produzioni (magliette, borse, quaderni, matite etc...)	
FRUIZIONE	Biglietteria (anche on line) – Guardiania – Custodi –Guardaroba –Imprese pulizia
	Servizi aggiuntivi: Ristorazione, Bookshop, Guide, Guide interattive, Apps, Audioguide, Guide specializzate (bambini, disabili)
	Servizi educativi/culturali: laboratori bambini/adulti, audiovisivi, produzioni teatrali, restauri “in diretta”
	Internet, social network, web marketing
	Esperti Comunicazione-Ufficio Stampa, Aziende pubblicitarie, testimonial, giornalisti
	Organi di informazione cartacei-digitali, giornalisti, blogger
Concorso giovani/scuole	



# CULTURA E TURISMO



# Creare valore nel turismo: una sfida continua, una metà mai raggiunta







# PROPOSITION VALUE

# PROPOSITION VALUE





# CHI È IL TURISTA?

# CHI È IL TURISTA?

- il turista cerca un'esperienza viva attraverso cui entrare in contatto con la realtà visitata, e non è interessato soltanto a visitare i luoghi ma desidera cogliere aspetti della vita della popolazione e instaurare delle relazioni con il territorio.

# CHI È IL TURISTA?

- il turista cerca un'esperienza viva attraverso cui entrare in contatto con la realtà visitata, e non è interessato soltanto a visitare i luoghi ma desidera cogliere aspetti della vita della popolazione e instaurare delle relazioni con il territorio.
- al viaggio nessuno vuole rinunciare





# DOMANDA TURISTICA

# DOMANDA TURISTICA

## Prima



## Durante



## Dopo





