

**IMPRESE DI CULTURA
CONTEMPORANEA, IMMATERIALITA'
DEI CONSUMI E SVILUPPO DELLE
CITTA'**

FEDERICA CODIGNOLA
XXXII CONFERENZA ITALIANA DI
SCIENZE REGIONALI

1 Nuove imprese di cultura contemporanea e loro ruolo nella città

- Elementi fondanti
 - immaterialità dei consumi
 - maggiore o esclusiva attenzione all'arte contemporanea
 - organizzazione aperta e multifunzionale degli spazi espositivi
 - logica imprenditoriale che sottintende il progetto complessivo
 - democratizzazione della fruizione artistica
 - sinergie strategiche
 - creatività artistica e urbanismo come base della rivitalizzazione cittadina

2 Relazioni tra imprese di cultura contemporanea e città

- I beni artistici consentono un tipo di consumo immateriale che influisce sulla *knowledge production* della città
- Le imprese di cultura contemporanea si relazionano con altre tipologie d'impresa della città e potenziano l'offerta coinvolgendosi reciprocamente
- Una città può godere di un sistema diffuso di soggetti scambianti valore

3 Competizione tra città e differenziazione

- Per emergere nel contesto della globalizzazione una città deve differenziarsi e competere con altri contesti locali
- L'impresa locale eccelle quando il contesto locale interagisce con il sistema globale
- Tale interazione permette creazione, trasferimento e uso della conoscenza

4 Ruolo del *cluster* culturale

- La cultura diventa agente sinergico che fornisce agli altri settori del sistema produttivo contenuti, strumenti, pratiche creative, valore aggiunto simbolico e identitario
- Il *cluster* culturale produce valore economico, ma può trovare la sua ragion d'essere anche in assenza di esso
- Le città protagoniste della nuova economia globale sono centri finanziari dell'economia mondiale, ma anche centri di eccellenza culturale

5 Criticità

- Le strategie di clusterizzazione culturale possono portare alla distruzione o inflazione del valore artistico originale a causa dell'accresciuta commercializzazione degli spazi
- Per evitare tale rischio la clusterizzazione deve essere parte integrante di un più ampio processo di ristrutturazione economica, politica, sociale, culturale e spaziale

6 Conclusioni

- Le imprese culturali sono diventate le basi di una strategia di rivitalizzazione delle città
- Tali strategie
 - implicano la creazione di grandi progetti urbanistici
 - sono finalizzate alla creazione nuovi cluster culturali in cui insediare imprese di cultura contemporanea
- Le imprese culturali possono e devono influire sulle economie urbane