

**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'impresе 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