

# SWOT Analysis

Stato dell'industria creativa a Genova.



EUROPEAN UNION  
EUROPEAN REGIONAL  
DEVELOPMENT FUND

„ Questo progetto è realizzato con il supporto del Programma CENTRAL EUROPE cofinanziato dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale.”

# 1. Sommario

Il presente documento costituisce l'output di un processo di analisi mirato all'individuazione dei principali tratti quanti-qualitativi della creative industry a Genova. Lo studio è stato condotto attraverso la raccolta e l'elaborazione di dati secondari e tramite la realizzazione di una serie di interviste semi-strutturate a testimoni qualificati, che in ragione del loro ruolo o della loro esperienza professionale sono stati ritenuti in grado di fornire informazioni e visioni utili alla definizione dello scenario locale dell'industria creativa.

Su queste basi è stato possibile identificare i tratti distintivi dell'industria creativa genovese; in questo senso emerge un tessuto imprenditoriale caratterizzato da dimensioni molto piccole e da una quasi totale assenza di attori di scala "industriale". In questo quadro Genova, che pure ha una forte tradizione nel campo della musica, dell'architettura e del design industriale, si segnala comunque come una fucina di "creativi" in moltissimi campi che tuttavia per crescere o sviluppare la propria attività sono spesso costretti a trasferirsi. A livello locale l'industria creativa genovese soffre della mancanza di "condensatori", ovvero spazi/luoghi pensati per favorire la produzione, l'aggregazione e l'espressione creativa. In termini prospettici la crisi economica e i forti tagli imposti dal Governo nazionale al settore cultura gravano come pesantissime minacce allo sviluppo dell'industria creativa che, paradossalmente, può trovare occasioni di rilancio in: una riconfigurazione della sua offerta e dei suoi modi di operare; nelle nuove tecnologie, in una maggiore attenzione ai linguaggi espressivi/artistici contemporanei; in una diversa strategia di gestione dei tanti spazi (e momenti) pubblici disponibili; in un rilancio complessivo della città stessa.

## 2. Italia. Presentazione del contesto nazionale

### 2.1 Italia. Il quadro statistico

La Repubblica Italiana è uno stato dell'Unione Europea che conta 60.387.000 cittadini residenti e si estende su una superficie di 301.336 Km<sup>2</sup>. La densità demografica è pari a 198 persone per chilometro quadrato e si pone dunque su un livello più elevato della media europea.

Dal punto di vista della distribuzione spaziale della popolazione si osserva che oltre un terzo della popolazione è concentrata in tre regioni: Lombardia (16,2%), Campania (9,7%) e Lazio (9,4%). D'altra parte, se si fa riferimento alle ripartizioni geografiche sovra regionali, appare evidente il concentramento dei cittadini nelle regioni del Nord d'Italia ove risiede all'incirca il 45% della popolazione.

Sulla base del Censimento 2001 si riscontra che la percentuale della popolazione che vive in zone ad alta urbanizzazione è sostanzialmente pari alla media dell'Unione (UE 27: 47%) mentre si attesta al 25% la quota di popolazione che vive in zone a medio grado di urbanizzazione (UE 27: 11%). Le regioni dove la percentuale di popolazione residente in zone ad alto grado di urbanizzazione supera il 60 per cento sono nell'ordine: Campania, Lombardia, Liguria e Lazio. Seguono Sicilia e Veneto, con percentuali vicine al 40.

Il profilo demografico del paese è la risultante della combinazione dei seguenti processi:

- a) una dinamica di crescita costante e accelerata della popolazione del paese, osservata a partire dagli anni 2000 e dovuta in gran parte ai processi migratori in ingresso (saldo sociale);
- b) un bilancio naturale diversificato tra Centro-Nord (ove il saldo naturale è negativo) e il Mezzogiorno
- c) un indice di ricambio della popolazione attiva pari quasi al 120% (il numero di persone potenzialmente in uscita dal mercato del lavoro sono il 20% in più di quelle potenzialmente in entrata).

Complessivamente il tasso di variazione medio annuo della popolazione calcolato fra il 2001 e il 2008 si attesta allo 0,7 per cento; in valore assoluto la popolazione è cresciuta, nello stesso periodo, da quasi 57 ad oltre 60 milioni di residenti.

In Italia la popolazione residente straniera (poco meno di 4 milioni di persone) rappresenta al 1° gennaio 2009 il 6,5 per cento del totale dei residenti ed è più che raddoppiata tra il 2001 e il 2008. Nel periodo 2002-2008 i valori del tasso migratorio estero passano da 3,1 a 7,6 ogni mille abitanti. La forte crescita della presenza straniera, registrata negli ultimi anni anche per effetto delle procedure di regolarizzazione degli immigrati irregolari adottate dal nostro Paese, fa sì che il fenomeno attualmente manifesti un'incidenza confrontabile con quella di altri importanti paesi europei, storicamente caratterizzati da consistenti e consolidati flussi migratori in ingresso. Dunque, l'incremento complessivo della popolazione residente tra il 2001 e il 2008, pari al 5,4 per cento, va attribuito principalmente alla crescita della componente straniera; il contributo dei cittadini italiani a questo dato risulta, infatti, di appena lo 0,9 per cento contro il 4,5 per cento degli stranieri.

Dal punto di vista geografico la popolazione straniera si concentra prevalentemente nelle regioni del Centro-Nord (87,2 per cento), dove si presentano anche le maggiori opportunità di lavoro, mentre nel Mezzogiorno risiede il 12,8 per cento degli stranieri, con un'incidenza che è leggermente diminuita rispetto al 2001. La regione con la maggiore concentrazione è la Lombardia ove vive quasi un quarto del totale degli stranieri residenti in Italia, seguita da Veneto, Lazio ed Emilia-Romagna, tutte con quote intorno all'11-12 per cento. In termini relativi però, cioè in percentuale al numero di residenti totali, è l'Emilia-Romagna la regione che esercita la maggiore attrazione (9,7 per cento), seguita a breve distanza da Umbria (9,6 per cento), Veneto e Lombardia (entrambe con incidenza della presenza straniera del 9,3 per cento). Approfondendo il dettaglio territoriale dell'analisi, nelle prime 5 province ordinate per quote decrescenti di popolazione straniera (Milano, Roma, Torino, Brescia e Bergamo) si concentra il 30,2 per cento del totale degli stranieri residenti in Italia. Il tasso migratorio presenta inoltre una marcata dinamica di crescita, accentuatasi nell'ultimo triennio: su base nazionale l'incremento 2002-2008 è stato di 4,5 punti percentuali. La regione con il tasso migratorio più elevato è l'Emilia-Romagna (12,1) che presenta anche un aumento di oltre 7 punti rispetto al 2002.

Il profilo per cittadinanza della popolazione straniera residente è in continua evoluzione. Al 1° gennaio 2009, quasi il 30 per cento degli stranieri proviene dai paesi UE; circa un quarto da paesi extracomunitari dell'Europa centro-orientale; oltre un quinto degli stranieri proviene dall'Africa, con netta prevalenza dei paesi che si affacciano sul Mediterraneo (15,6 per cento); il 7,4 per cento da paesi dell'America centro-meridionale. In molti casi le comunità manifestano specifiche concentrazioni territoriali e seguono anche specifici comportamenti differenziati per genere.

Al 1° gennaio 2009 i residenti stranieri provenienti da paesi europei raggiungono il 53,6 per cento; le cittadinanze prevalenti sono la rumena (20,5 per cento), l'albanese (11,3) e l'ucraina (4,0), che da sole coprono oltre un terzo della popolazione straniera residente. Dall'Africa proviene circa un quarto dei migranti

(Marocco 10,4 per cento, Tunisia 2,6 per cento, Egitto 1,9 per cento), mentre fra gli asiatici la cinese (4,4 per cento), la filippina (2,9 per cento) e l'indiana (2,4 per cento) sono le cittadinanze maggiormente rappresentate.

Per quanto attiene l'istruzione i dati censuari mettono in evidenza un forte incremento nella percentuale della popolazione in possesso di laurea che, dal 1991 al 2001 passa dal 4,2 al 7,1%. All'ultimo Censimento della popolazione i diplomati sono il 26,2% mentre le persone con licenza media o elementare complessivamente ammontano al 55,5% del totale.

Soffermandosi solo sulla fascia di popolazione in età compresa tra i 25 e i 64 anni si rileva che il 47,2% ha conseguito come titolo di studio più elevato la licenza media inferiore.

Gli immatricolati ai corsi universitari nell'anno accademico 2007/2008 sono 307.146 di cui il 14,7% nei corsi di laurea del gruppo Economico-statistico, l'11,3% nel gruppo Politico-sociale, il 10,5% nel gruppo giuridico e il 10,2% in quello Ingegneristico.

## 2.2 Italia. Il quadro economico

Il quadro economico italiano è segnato da una forte disomogeneità territoriale che interessa sia la dimensione produttiva che quella occupazionale. In questo senso, ai fini di una corretta lettura del dato nazionale occorre mettere in evidenza i contributi espressi dai diversi ambiti territoriali, regionali o sovraregionali.

Il Prodotto Interno Lordo pro-capite in Italia, nel 2008 è pari a 21.336 Euro e, dalla comparazione con quello degli altri paesi europei, si osserva un arretramento rispetto al valore registrato nel 2000. In quest'anno, infatti, il PIL pro-capite in "parità di potere d'acquisto" dell'Italia si collocava al di sopra della media dei paesi Ue15 e della Francia. Tuttavia, la bassa crescita economica sperimentata dall'Italia nell'ultimo decennio, la più bassa d'Europa, ha comportato che nel 2008 l'Italia si trovi sotto la media Ue15, e appena al di sopra di quella riferita alla Ue27. In una prospettiva territoriale si osserva poi che: a) le regioni del Mezzogiorno presentano livelli del PIL pro-capite nettamente inferiori rispetto a quelli del Centro-Nord; b) che a differenza di quanto avviene in Europa, in Italia non si sta assistendo a una convergenza dei valori del PIL pro capite a livello regionale.

Il tessuto produttivo italiano è composto in prevalenza da piccole imprese. In Italia, si hanno nel 2007 quasi 66 imprese ogni mille abitanti; uno dei valori più elevati dell'intera Europa, a testimonianza soprattutto del prevalere di un modello basato su imprese di ridotte dimensioni. Tutte le regioni italiane si caratterizzano per valori dell'indicatore superiori alla media europea ma nel Nord-est si osserva il valore più elevato, quasi 76 imprese per mille abitanti, in lieve aumento rispetto al 2001. Nel Mezzogiorno invece questo rapporto è strutturalmente più basso (meno di 53

imprese ogni mille abitanti), ma con spie di crescita dell'indicatore (circa 3 imprese in più rispetto al 2001).

Nel corso dell'anno 2007 le imprese italiane hanno generato all'incirca 133 euro di valore aggiunto per addetto ogni 100 euro di costo unitario del lavoro. Va tuttavia osservato che il valore dell'indicatore è inferiore a quello medio europeo e si attesta ad un livello più basso di quello registrato nel 2001. In questo senso, nello stesso anno, le imprese dell'Ue27 risultano produrre mediamente circa 153 euro di valore aggiunto ogni 100 euro di costo del lavoro.

Per quanto concerne il mercato del lavoro nel 2008 in Italia risulta occupato il 58,7 per cento della popolazione attiva. Questo dato, rimasto invariato rispetto al 2007, è comunque in aumento di 5 punti rispetto al 1999. Permangono tuttavia significative differenze tra i tassi di occupazione maschile e femminile; le donne occupate, infatti, rappresentano soltanto il 47,2 per cento mentre gli uomini occupati sono il 70,3 per cento. Nonostante la tendenza all'incremento, i livelli dell'occupazione nazionale restano però distanti dagli obiettivi fissati dal Consiglio di Lisbona nel 2000, che prevedevano il raggiungimento, entro il 2010, di un tasso di occupazione totale pari al 70 per cento e per le donne pari al 60 per cento.

Per quanto riguarda la disoccupazione v'è segnalato che nel 2008, per la prima volta dopo oltre un decennio, in Italia la disoccupazione è tornata ad aumentare: il tasso di disoccupazione è cresciuto dal 6,1 per cento del 2007 al 6,7 del 2008. Tra il 2008 e il 2009, poi, il tasso di disoccupazione passa in Italia dal 6,7% al 7,8%, contro l'8,9% registrato nell'Unione europea a 27 Paesi. Un anno dopo la disoccupazione maschile è il 6,8% (+ 0,1%) mentre quella femminile passa al 9,3%, segnando un incremento di 1,5 punti percentuali. Dunque gli effetti della crisi economica sulla disoccupazione si sono fatti sentire soprattutto sulla componente femminile, accentuando le già sensibili differenze di genere.

Le differenze che si osservano tra le regioni italiane, sono consistenti. Nel Nord-est il tasso di disoccupazione è nel 2008 pari al 3,4, mentre nel Mezzogiorno è pari al 12,0 per cento. Il divario territoriale tra Mezzogiorno e Centro-Nord permane, anche se nel decennio 1999-2008 sono le regioni del Mezzogiorno quelle che hanno sperimentato il più consistente decremento: in Sicilia e Calabria nel 1999 il tasso di disoccupazione superava il 20 per cento, mentre nel 2008 è sceso rispettivamente al 13,8 e 12,1 per cento. In tutte le regioni del Nord-est, a eccezione del Friuli-Venezia Giulia, la disoccupazione non raggiunge il 4 per cento.

Nel 2008 il tasso di disoccupazione giovanile in Italia è pari al 21,3 per cento, in aumento di un punto rispetto all'anno precedente e più che triplo rispetto al tasso di disoccupazione totale. Rispetto al 1999 il valore si è comunque ridotto di 7,5 punti percentuali. Nel corso del 2009 passa invece al 25,4 per cento. Anche tra la popolazione giovanile le differenze di genere sono assai rilevanti. Nel 2009 il tasso di disoccupazione giovanile delle donne italiane è pari al 28,7% (24,7 per cento l'anno precedente) supera quello maschile di 5,4 punti percentuali. Nel 2008 la quota di disoccupati di lunga durata in Italia è pari al 45,7 per cento, in diminuzione rispetto all'anno precedente (47,4 per cento).

Per quanto concerne il lavoro indipendente l'indicatore utilizzato per misurare questa realtà è rappresentato dalla quota di lavoro indipendente presente nelle imprese. Nel 2007 in Italia il valore di questo indicatore è pari al 32,2 per cento, quasi il triplo rispetto alla media europea.

Un discorso a parte merita il cosiddetto "nero", o lavoro sommerso, che in Italia ha un ruolo molto rilevante. Si stima, in questo senso che nel 2007 tale fenomeno rappresentasse poco meno del 12 per cento delle unità di lavoro, prevalentemente in alcune aree e settori produttivi. Le differenze territoriali sono rilevanti e lo schema che vede le regioni del Nord e poi del Centro comportarsi meglio di quelle del Mezzogiorno è pienamente rispettato. Dal punto di vista settoriale nell'agricoltura quasi un quarto dell'occupazione è irregolare, con una variabilità territoriale tutto sommato limitata. Di gran lunga inferiore, e sotto la media nazionale, la quota di irregolari nelle costruzioni, dove però le regioni meridionali registrano un valore intorno al 19 per cento. Molto più contenuto il tasso di irregolarità dell'industria in senso stretto (3,8 per cento) e quasi esclusivamente imputabile al Mezzogiorno (12,1 per cento). Nei servizi, infine, si osserva una quota di lavoro irregolare superiore a quella media nazionale (13,4 per cento), con valori nuovamente più elevati nel Mezzogiorno (18,5 per cento).

## 2.3 Italia. Il quadro amministrativo

L'Italia è una repubblica parlamentare il cui assetto politico ed amministrativo è definito dalla Costituzione, approvata dall'Assemblea costituente il 22 dicembre 1947 ed entrata in vigore il 1° gennaio 1948.

L'articolo 114 della Costituzione statuisce che la Repubblica è composta da comuni, province, città metropolitane e regioni. Attualmente i comuni sono 8.094, le province sono 110 e le regioni sono 20, di cui 5 a statuto speciale.

### I comuni

Il comune, in Italia, è l'ente locale fondamentale – autonomo ed indipendente secondo i principi consolidatisi nel Medioevo, e ripresi, in modo relativamente limitato, dalla rivoluzione francese – previsto dall'art. 114 della Costituzione.

Ogni comune appartiene a una provincia, ma la provincia non fa da tramite nei rapporti con la regione e questa in quelli con lo Stato a livello gerarchico, poiché esso, essendo dotato di personalità giuridica, può avere rapporti diretti con la Regione e con lo Stato e anzi, essendo le competenze di una regione più ampie di

quelle di una provincia, un comune detiene generalmente più rapporti con la prima che con la seconda.

I comuni possono ripartire il proprio territorio in *circoscrizioni* al fine di assicurare alla popolazione una più diretta partecipazione all'amministrazione. Alla circoscrizione sono delegati poteri che vanno al di là della mera funzione consultiva (per la quale possono essere previsti nello statuto del comune, previsto ai sensi del decreto legislativo 267 del 2000, testo unico, ed introdotto dalla legge Bassanini, appositi comitati o consulte di quartiere). La Legge Finanziaria del 2007 ha modificato i termini per la costituzione delle circoscrizioni, rendendole obbligatorie in comuni con una popolazione superiore a 250.000 abitanti (non più 100.000) ed opzionali, invece, ove la popolazione è compresa tra 100.000 e 250.000 abitanti (prima l'intervallo era 30.000 - 100.000 abitanti)

## Le province

La provincia, in Italia, è un ente locale territoriale il cui territorio è per estensione inferiore a quello della regione (della quale, a sua volta, fa parte) e comprende il territorio di più comuni.

Con la Legge n.142/1990 per la prima volta le Province (e i Comuni) hanno potuto adottare un proprio Statuto ed istituire regolamenti. Nello Statuto vengono stabilite le norme fondamentali di organizzazione dell'ente e le attribuzioni degli organi, l'ordinamento degli uffici e dei servizi pubblici, le forme di collaborazione tra comuni e province, di partecipazione popolare, di decentramento, di accesso dei cittadini alle informazioni ed ai provvedimenti amministrativi.

## Le città metropolitane

La città metropolitana dovrebbe essere un futuro ente amministrativo italiano. Previsto per la prima volta dalla legge n°142 dell'8 giugno 1990 sul nuovo ordinamento degli Enti locali, ha trovato nuovo slancio nel nuovo art. 114 della Costituzione della Repubblica italiana, dopo la riforma dell'ordinamento della Repubblica del 2001 con la modifica del titolo V della Carta. Attualmente però, il nuovo ente è rimasto solo sulla carta, non essendo mai stato attuato.

All'ente sono attribuite le funzioni della Provincia e parte delle funzioni di interesse sovracomunale proprie dei singoli Comuni. Con l'istituzione della città metropolitana la provincia di riferimento cesserà di esistere. Genova figura tra le quindici aree metropolitane previste.

## Le regioni

Le regioni pur riconosciute dalla carta costituzionale sono state istituite nel 1970; le autonomie riconosciute alle regioni e garantite a livello costituzionale nei confronti dello Stato e degli enti territoriali minori sono: a) l'autonomia statutaria; b) l'autonomia legislativa; c) l'autonomia regolamentare; d) l'autonomia amministrativa; e) l'autonomia finanziaria.

### L'autonomia statutaria

Solo le regioni a statuto ordinario sono dotate di questo tipo di autonomia. Ogni regione ordinaria adotta con legge regionale uno statuto che, in armonia con la Costituzione, ne determina la forma di governo e i principi fondamentali di organizzazione e funzionamento. Lo statuto regola l'esercizio del diritto di iniziativa e del referendum su leggi e provvedimenti amministrativi della regione e la pubblicazione delle leggi e dei regolamenti regionali. Viceversa le regioni autonome sono prive di tale autonomia (cioè del potere-dovere di darsi uno statuto), visto che gli Statuti speciali sono leggi costituzionali dello Stato.

### L'autonomia legislativa

In seguito alla riforma costituzionale del 2001, la potestà legislativa appartiene allo Stato e alle regioni, posti sullo stesso piano; la competenza è attribuita per materie.

La competenza a legiferare può essere: a) esclusiva dello Stato; b) concorrente (statale e regionale); c) residuale delle regioni (interpretata come esclusiva).

### L'autonomia regolamentare

L'autonomia regolamentare della regione è definita dall'art. 117 della Costituzione, 6° comma.

La regione ha potestà regolamentare nelle materie su cui ha competenza esclusiva e su quelle in cui la competenza tra Stato e regione è di tipo concorrente. Ha potestà regolamentare nelle materie di competenza esclusiva dello Stato in quanto sia ad essa delegata.

La titolarità della potestà regolamentare della regione non è definita a livello costituzionale. La corte costituzionale, nella sentenza 313/2003, ha infatti sostenuto la teoria della libertà di scelta degli Statuti delle Regioni, affermando che spetta alla singola Regione, nell'ambito della sua autonomia, decidere quale deve essere l'organo che in concreto svolge la funzione regolamentare. Il Consiglio Regionale

esercita la potestà regolamentare nelle materie di competenza esclusiva statale delegate alle Regioni in base all'art. 117 comma 6 della Costituzione.

## L'autonomia amministrativa

L'autonomia amministrativa della regione è stabilita con l'art. 118 della Costituzione. L'autonomia amministrativa della regione, come di tutte le pubbliche amministrazioni, deve aderire ai principi di sussidiarietà, differenziazione ed adeguatezza. La regione, tramite legge regionale, può delegare le funzioni amministrative di cui è titolare ai Comuni, alle Province o alle Città metropolitane.

## L'autonomia finanziaria

L'autonomia finanziaria della regione è stabilita con l'art. 119 della Costituzione. Esso prevede il c.d. federalismo fiscale, ma finora non ha trovato attuazione (per le regioni a statuto ordinario). La regione ha autonomia finanziaria di entrata e di spesa. Stabilisce e applica tributi ed entrate propri, in armonia con la Costituzione e secondo i principi di coordinamento della finanza pubblica e del sistema tributario. Dispone di compartecipazioni al gettito di tributi erariali riferibile al proprio territorio.

La regione ha un proprio patrimonio.

Può ricorrere all'indebitamento solo per finanziare spese di investimento.

Per disposizione dell'art. 120 della Costituzione la regione non può stabilire dazi sul commercio con le altre regioni.

## 2.4 Italia. Le politiche per la promozione della cultura e delle industrie creative

Il sistema delle politiche per la promozione della cultura può essere considerato da un duplice punto di vista: quello amministrativo e quello economico.

Dal punto di vista amministrativo la pubblica amministrazione è coinvolta sia nel supporto delle attività culturali e in molti casi nella gestione di istituzioni culturali come musei, siti di interesse culturale, teatri, ecc. attraverso funzioni ministeriali o per il tramite di assessorati alla cultura di livello regionale, provinciale o comunale. Esistono poi alcune istituzioni semi-indipendenti di livello nazionale ma nel quadro del sistema italiano rappresentano un'eccezione e non la regola.

Il modello economico è ancorato all'idea di un sistema a economia mista nel quale il settore pubblico – che da sempre rappresenta la fonte di finanziamento primaria per la gestione del patrimonio culturale, dei musei, degli archivi, delle biblioteche e in misura diversa anche delle performing arts. Le industrie culturali in Italia sono in prevalenza finanziate deal mercato, sebbene in parte sostenute da contributi pubblici. I contributi pubblici servono infatti a supportare le imprese che non riescono a stare sul mercato. Significativo in questo senso è il settore dell'editoria nel quale i contributi pubblici hanno un ruolo determinante.

In relazione alla progressiva diminuzione delle risorse pubbliche destinate a questo settore il ruolo dei finanziatori privati e degli sponsor appare destinato a crescere sempre più.

In Italia non esiste una definizione ufficiale di ciò che può essere considerato “cultura” e cosa invece ne è escluso. D'altra parte l'Italia ha avuto un ruolo propulsivo nella costruzione di una comune definizione di cultura a livello internazionale quale preconditione per l'armonizzazione e la comparabilità delle basi statistiche Unesco e EU.

Così, si può dire che la definizione italiana di ciò che può essere considerato culturale discende dalla definizione Eurostat che include: il patrimonio culturale, gli archivi, le biblioteche, le arti visive e l'architettura, le arti dello spettacolo, l'editoria, il cinema e il settore dell'audiovisivo.

Peraltro non esiste alcun riferimento condiviso sul tema dell'industria creativa né si registra un'attenzione diffusa alla creazione di poli dell'industria culturale o di incubatori di impresa dedicati.

In Italia il macrosettore delle industrie culturali e creative nel 2004 supera di poco il 9% del PIL e impiega più di 2,5 milioni di addetti.

Al fine di meglio chiarire il quadro di riferimento legislativo si può citare il FUS. Che tocca alcuni settori dell'industria culturale e creativa.

Il **Fondo Unico per lo Spettacolo (FUS)** è il meccanismo utilizzato dal Governo italiano per regolare l'intervento pubblico nei settori del mondo dello spettacolo (cinema, teatro, musica, danza, circo e spettacolo viaggiante e manifestazioni a rilevanza nazionale in Italia e all'estero).

Il FUS è stato creato con l'articolo 1 della legge 30 aprile 1985, n. 163 per fornire sostegno finanziario ad enti, istituzioni, associazioni, organismi e imprese operanti in cinema, musica, danza, teatro, circo e spettacolo viaggiante, nonché per la

promozione ed il sostegno di manifestazioni e iniziative di carattere e rilevanza nazionale in Italia o all'estero.

#### Finanziamento

Secondo l'articolo 15 della legge 163/85, il FUS viene finanziato ogni anno con la legge finanziaria e viene ripartito tra i vari settori con un decreto del Ministro per i Beni Culturali, il finanziamento viene ripartito nei seguenti settori:

- Enti lirici 47,5%
- Attività cinematografiche 18,5%
- Attività di prosa 16,3%
- Attività musicali 13,7%
- Attività di danza 2,3%
- Attività circense 0,2%.

Ogni anno l'Osservatorio dello Spettacolo costituito presso il Ministero dei Beni e delle attività culturali e inquadrato DG Spettacoli dal vivo, redige una relazione riguardante l'utilizzo dei finanziamenti previsti dal FUS che viene presentata dal Ministro al Parlamento.

## 3. Genova. Presentazione della città

### 3.1 Genova. Il quadro statistico

La città di Genova, capoluogo della Regione Liguria si estende su 243,60 kmq. dei quali il circa il 30% (75,53 kmq.) riguardano il centro abitato. La popolazione genovese, al 31.12.2008, è di 611.171 abitanti in leggero incremento rispetto al dato registrato dal 14° Censimento della popolazione e delle abitazioni del 2001 (609.399 residenti).

Visto in una prospettiva temporale di lungo periodo il movimento della popolazione genovese denota un trend di decrescita sensibile e prolungato. La città, infatti, che raggiunge il numero massimo di abitanti nel 1965 (848.121 residenti) subisce, nel trentennio che precede il nuovo secolo, un processo di contrazione della popolazione di grande rilevanza. La variazione percentuale della popolazione intercensuaria 1971-1981 segna un -6,8% (-55.602 abitanti) mentre nel decennio successivo la popolazione segna un decremento di 11,2 punti percentuali (pari a 85.486 persone); durante gli anni Novanta si registra poi un'ulteriore contrazione del 9,9% (-66.730 residenti). Tale perdita di popolazione, connessa anche alla progressiva deindustrializzazione del capoluogo, va attribuita sia al saldo naturale negativo, sia ad un processo di migrazione verso la provincia che ha coinvolto sia i ceti medi sia le persone che avevano difficoltà di ingresso nel mercato dell'affitto cittadino.

L'avvento degli anni Duemila segna comportare invece un cambiamento di tendenza con un miglioramento del saldo naturale che, pur rimanendo negativo, migliora sensibilmente e con l'aumento di peso della componente migratoria che per qualche anno, anche in relazione alle periodiche regolarizzazioni, riporta in positivo il saldo sociale della popolazione.

L'età media della popolazione, rilevata nel 2007, è di 47,6 anni; il rapporto tra la popolazione inattiva e quella in età lavorativa (indice di dipendenza) è pari a 61,3 e l'indice di vecchiaia (che rapporta la popolazione over 65 a quella under 15) è pari a 241,8. Siamo dunque di fronte ad una città caratterizzata da un forte peso della popolazione anziana in cui la novità dei flussi migratori in ingresso deve ancora dispiegare appieno i suoi effetti sul profilo demografico cittadino.

Dal punto di vista storico la città è il frutto di un progressivo processo di agglomerazione urbana culminato, nel 1926, nella creazione della cosiddetta "Grande Genova" ovvero nella definizione degli attuali confini amministrativi. Il nucleo storico della città che si trova nel cuore del centro urbano ed in prossimità del porto è costituito dalle zone storiche di Pré-Molo-Maddalena, di Portoria, San Vincenzo e San Teodoro cui sono stati annessi nel 1874 i comuni di Foce, Marassi, S. Francesco d'Albaro, San Fruttuoso, Staglieno e San Martino d'Albaro. Cinquantaquattro anni dopo altri 19 comuni vengono accorpati in quello di Genova che così arriva ad estendersi da un capo all'altro del golfo che prende il suo nome, ovvero da Nervi a Voltri. In questo quadro si delinea dunque una tipologia di zone urbana articolata in quattro segmenti: a) la zona residenziale a levante del centro; b) il centro storico; c) gli ex quartiere Bisagno.

Lo sviluppo geografico della città è dunque fortemente connesso con le dinamiche del tessuto sociale ed economico locale.

Da una parte perché nonostante il fatto che i confini *de iure* siano stati definiti ormai molto tempo fa le identità sublocali permangono fortissime, dall'altro perché lungo l'asse est-ovest si è sviluppata quell'opposizione tra residenza e produzione, tra borghesia e masse operaie che ha caratterizzato fortemente l'identità sociale e culturale cittadina negli ultimi decenni.

Questa opposizione, che nel quadro del forte processo di deindustrializzazione che ha vissuto la città sembrava essere destinata a venir meno oggi, sembra destinata a tradursi in un nuovo antagonismo tra le strategie di sviluppo delle diverse parti della città. Infatti, a fronte di un ponente, che va assumendo i tratti di "luogo delle connessioni" sia fisiche (gronda di ponente, terzo valico, alta velocità, ecc.), sia simboliche tra passato e futuro (dall'industriale al terziario), il centro della città, a partire dal sua componente storica, si connota sempre più come luogo della produzione e del consumo di beni e servizi culturali e immateriali caratterizzato da un forte cambiamento della composizione sociale della popolazione, essendo interessato sia da rilevanti fenomeni di gentrificazione sia da uno storico insediamento di popolazione straniera. Ancora a levante che restando al di fuori dei grandi processi di trasformazione urbana continua ad essere eminentemente un luogo della residenzialità borghese.

## 3.2 Genova. Il profilo economico

Da una quindicina d'anni a questa parte Genova e la Liguria stanno faticosamente vivendo la transizione dal vecchio ad un nuovo modello di sviluppo, dai contorni

ancora indefiniti e incerti. E' una transizione caratterizzata da diversi elementi di trasformazione rispetto al precedente modello industriale.

Un primo elemento di cambiamento è rappresentato dalla frantumazione del sistema produttivo e dalla proliferazione della microimpresa. In questo senso la discontinuità rispetto al modello precedente è grandissima; infatti, nell'ex capitale delle partecipazioni statali, caratterizzata dunque dal gigantismo industriale, il processo di molecolarizzazione delle attività produttive è stato molto più marcato che altrove. In questo senso pur non compensando la contrazione di addetti del settore industriale, lo sviluppo del terziario – caratterizzato dalla proliferazione di attività di servizi all'impresa – è stata maggiore che in tutto il resto del Nord-Ovest e si spiega in una dinamica di riconversione della struttura produttiva esistente associata ad una disponibilità di reddito medio pro-capite più elevato.

Viceversa si può individuare un elemento di continuità tra il vecchio e il nuovo modello proprio nel permanere della debolezza delle imprese di medie dimensioni.

Il processo di frammentazione del tessuto produttivo è connesso allo sviluppo del terziario che oggi sfiora l'80% dell'economia locale.

Il secondo elemento di discontinuità rispetto al modello della "Genova industriale" è rappresentato dalle nuove centralità dell'economia locale: il porto, il turismo e il settore high-tech. Tutti questi elementi positivi convivono e si intrecciano con le conseguenze ancora presenti della fase di destrutturazione della precedente formazione economico-sociale.

In merito alla questione dell'occupazione nel corso degli ultimi dieci anni si sono segnalati rilevanti miglioramenti – almeno fino alla crisi 2008/2009. Cionondimeno tale tendenza non è stata sufficiente a colmare lo scarto esistente tra il mercato del lavoro ligure e quello delle aree più forti del paese.

La crisi attualmente in corso sta accentuando i punti di debolezza dell'economia locale, proprio a partire dai settori terziari tradizionali. Secondo gli ultimi dati Istat relativi al primo semestre 2009 in Liguria nell'anno della crisi 19.000 persone hanno perso qualsiasi rapporto con il lavoro, o, quanto meno, con il mercato del lavoro "ufficiale". A fronte di una perdita di occupazione così consistente (-2,9% in un anno contro un dato nazionale pari al -1,6%) non si registra sorprendentemente una crescita di disoccupati "espliciti": 35.000 erano a metà del 2008 e 35.000 sono rimasti a metà del 2009. Dunque queste 19.000 persone sono finite tra le non-forze lavoro, ovvero tra quelle persone che non cercano più attivamente lavoro perché scoraggiati. Non va così in tutte le altre regioni del Nord, ove la diminuzione degli occupati si traduce in un aumento dei disoccupati. Le conseguenze della perdita del lavoro sono: per le donne un rientro a tempo pieno nella famiglia; per la componente maschile un ingresso nell'area del lavoro nero.

Questo anno di crisi ha dunque colpito in Liguria proprio le aree più deboli della "mucillaggine" terziaria, spingendo fuori mercato quelle posizioni di lavoro autonomo più tradizionali e meno competitive.

La crisi inoltre accentua i processi di impoverimento che già caratterizzavano il tessuto sociale locale. Non a caso, nel 2008, l'Istituto Nazionale di Statistica attribuisce alla Liguria, assieme a Valle d'Aosta e Friuli Venezia Giulia il titolo di regione con maggiore incidenza del fenomeno della povertà relativa. In questo senso tali processi di impoverimento sembrano avere radici lontane che affondano negli anni in cui la trasformazione dell'apparato economico-industriale si è manifestata in maniera più marcata. In quegli anni infatti venuto meno il baricentro economico – e con esso l'identità culturale – di un'intera società locale.

A trenta anni di distanza se il processo di deindustrializzazione può dirsi ormai compiuto la questione della costruzione di un'identità, economica e sociale, alternativa è ancora aperta.

Gli agenti di questa trasformazione identitaria sono – in parte – stati identificati (si parla di turismo, di alta tecnologia, di cultura, ecc.) ma sono ben lungi dal definire una precisa configurazione e una vocazione territoriale.

### 3.3 Genova. Genova in Europa

#### **Le attività internazionali del comune di Genova (1997-2007)**

La città di Genova ha ormai consolidato una propria dimensione e un ruolo forte sull'attuale scenario europeo e internazionale: tale dimensione, se da un lato si armonizza con la tradizionale vocazione internazionalista che la nostra città ha sviluppato nel corso dei secoli, dall'altro risponde ad una precisa esigenza di inserirsi in un contesto europeo caratterizzato da una sempre maggior competitività delle aree urbane e da una crescente attenzione, da parte delle Istituzioni europee, per le tematiche e le politiche urbane a livello locale e regionale.

In questa prospettiva, Genova si è vista riconoscere sempre di più, sulla scena europea e internazionale, un ruolo di leader che ha trovato la sua consacrazione nella designazione di "Capitale Europea della Cultura" per l'anno 2004.

Naturalmente ciò è stato possibile anche grazie ad un importante sforzo organizzativo e conseguente investimento, in termini di risorse umane, da parte della Civica Amministrazione, che ha attraversato tre fasi principali:

- **1998** – costituzione del Settore Politiche Europee e Internazionali, dando vita per la prima volta ad una struttura specificamente dedicata alla ricerca di finanziamenti europei e allo sviluppo di relazioni internazionali;
- **2003** – costituzione dell'Ufficio Attività economiche e internazionali all'interno della Direzione Gabinetto del Sindaco. Questo Ufficio ha proseguito nell'attività del preesistente Settore, sviluppando inoltre un coordinamento complessivo di tutte le attività internazionali del Comune attorno a tre aree di attività principali: relazioni internazionali; progetti europei; cooperazione internazionale.
- **2006** – costituzione, all'interno dell'Ufficio Attività economiche e internazionali, di una specifica area dedicata alla progettazione europea, con individuazione di un funzionario responsabile del coordinamento del processo presso le varie Direzioni e Settori della Civica Amministrazione. Questa area ha inoltre assunto il coordinamento e la programmazione delle iniziative di informazione alla cittadinanza sui temi europei, che fanno capo all'Antenna Europe Direct, dal 2006 gestita completamente con risorse umane interne all'Amministrazione (nell'ambito dello sportello ComuneInforma), mentre precedentemente la sua attività era gestita attraverso contratti di collaborazione esterna.

## Relazioni internazionali

Per quanto riguarda le relazioni multilaterali, il Comune di Genova ha sviluppato in questi anni una politica che ha privilegiato la partecipazione, attiva e progettuale, alle reti di città per conseguire i seguenti obiettivi:

- promozione dell'immagine della città e rafforzamento della visibilità e credibilità internazionale;
- promozione del confronto e dello scambio di esperienze con altre città al fine di un arricchimento reciproco;
- creazione di partenariati finalizzati alla presentazione di progetti europei;

- rafforzamento del dialogo con le Istituzioni europee, sensibilizzandole sul ruolo cruciale che le città svolgono nell'Unione Europea (pur non essendo interlocutori di primo livello) e indirizzando proposte e richieste specifiche.

Tra le varie reti di cui il Comune di Genova fa parte, merita un'attenzione specifica il ruolo ricoperto nell'associazione Eurocities.

Eurocities è l'associazione di cui fanno parte circa 130 città europee medio-grandi (con almeno 250.000 abitanti) che organizza le proprie attività, di lobby e progettuali, attraverso i seguenti Forum tematici:

- Cultura;
- Sviluppo economico e rigenerazione urbana;
- Ambiente;
- Affari sociali;
- Società della Conoscenza.
- Accessibilità e mobilità urbana.

Genova, in particolare, è entrata a far parte di Eurocities nel 1998 e ha via via rafforzato il proprio ruolo all'interno dell'associazione, dapprima contribuendo attivamente alla creazione del Gruppo di lavoro Euromed (2000) che si occupa di promuovere il rafforzamento della cooperazione tra città della sponda nord e sud del Mediterraneo e, successivamente, presiedendo il Forum per lo Sviluppo economico e la rigenerazione urbana nel biennio 2001-2002. Nel 2003, Genova è entrata a far parte del Comitato Esecutivo.

Il Comune di Genova ha progressivamente esteso la propria partecipazione anche nei Forum tematici, che vengono seguiti da referenti e responsabili competenti per materia e, in particolare:

1. Forum Affari sociali: Genova ha ospitato una riunione di questo Forum nell'anno 2004;
2. Forum Ambiente: la nostra città coordina il Gruppo di lavoro "Green Areas and the City", cui partecipano, tra le altre, le città di Bristol, Sheffield, Belfast, Leeds, Madrid, Oslo, Porto, Varna, Lipsia e Francoforte;

3. Forum Cultura: partecipazione attiva al Forum e ai Gruppi di lavoro e predisposizione di idee-progetto per l'Anno europeo del Dialogo interculturale (2008);
4. Forum Accessibilità e mobilità urbana: Genova è stata Presidente di questo Forum nell'anno 2004;
5. Forum Sviluppo economico e rigenerazione urbana: dopo la Presidenza (2001-2002), Genova continua a partecipare costantemente ai lavori di questo Forum e, in particolare, al Gruppo di lavoro "Urban regeneration".

Per quanto riguarda invece le reti "tematiche", il Comune di Genova è attualmente membro di:

- a. **REVES** (Reseau Européen des Villes et Regions de l'Economie Social). Sede: Bruxelles. Studi e progetti comuni sui temi del terzo settore e dell'economia sociale. Ufficio Responsabile: UCIL (Inserimenti lavorativi) [www.revesnetwork.net](http://www.revesnetwork.net)
- b. **FORUM EUROPEO PER LA SICUREZZA URBANA**. Sede: Parigi. Promuove iniziative finalizzate alla creazione di sistemi di sicurezza nelle città e sul territorio attraverso la progettazione integrata e la sinergia tra azioni di prevenzione, contrasto e riparazione. Sostiene lo sviluppo ed il consolidamento di pratiche di mediazione, di riduzione del danno, di sostegno alle vittime, di inclusione sociale, di educazione alla legalità e alla convivenza. Ufficio responsabile: Ufficio Sicurezza del Gabinetto del Sindaco. [www.fesu.org](http://www.fesu.org); [www.fisu.it](http://www.fisu.it)
- c. **SI TOUS LES PORTS DU MONDE**. Sede: Saint-Malo. Città partners : Saint Malo, Ille et Vilaine, Cadiz, Dublin, Genova, Glasgow, Porto. Obiettivi: Cooperazione e scambio di esperienze nel campo culturale e turistico. Ufficio responsabile: Settore Turismo. [www.sitouslesportsdumonde.com](http://www.sitouslesportsdumonde.com)
- d. **AICE** (Associazione Internazionale Città Educative). Sede: Barcellona (oltre 300 membri di tutto il mondo). Genova ha ospitato nel 2004 l'VIII Congresso Internazionale delle Città educative (17-20 novembre 2004). Ufficio responsabile: Ufficio Città Educativa.
- e. **VILLES ET PORTS** (Association International Villes et Ports). Sede. Le Havre (170 membri tra Autorità portuali e Enti territoriali). [www.aivp.org](http://www.aivp.org)

Passando invece alle relazioni internazionali di tipo bilaterale (city-to city), la Civica Amministrazione ha sviluppato una politica di rafforzamento e ampliamento dei Protocolli con altre città, selezionando le aree geografiche con cui avviare nuove relazioni anche in base alle seguenti finalità:

- Rafforzamento e istituzionalizzazione di antichi legami storici e culturali;
- Creazione di nuovi legami in relazione alle strategie del Comune (es. ruolo nel Mediterraneo);
- Supporto alla promozione della cultura e dell'economia genovese all'estero;
- Miglioramento del posizionamento e dell'immagine della città.

Dal 1998 ad oggi, sono stati firmati 30 nuovi Protocolli, nel segno di una graduale evoluzione dai Gemellaggi veri e propri (nati nel secondo dopoguerra soprattutto per riaffermare valori di fratellanza e amicizia tra i popoli) ai più generici Protocolli di amicizia, come base per specifici Protocolli di collaborazione con definizione di ambiti di intervento, azioni e piani di lavoro, tempi e budget.

Il rafforzamento di quest'area d'attività, evidenziato dai risultati sopra descritti, ha determinato impatti rilevanti sulla percezione e l'attrattiva della città, in termini di aumento di richieste di gemellaggi o di partnership, di consulenze specifiche, di partecipazione a convegni internazionali e di presenze sui media internazionali.

Oltre a ciò, giova ricordare alcune ricadute specifiche per la città, di seguito riassunte:

- Ricadute turistiche: aumento dei flussi di turisti a Genova e creazione di voli, charter e non, per specifici collegamenti tra Genova e città partner (es. Mosca);
- Ricadute culturali: collaborazioni in campo espositivo, museale e formativo (es. Mosca, Ekaterinburg e San Pietroburgo relativamente alla mostra "Russia/URSS");
- Ricadute sociali: promozione di progetti di cooperazione decentrata in alcune aree interessate da questi rapporti e rafforzamento delle relazioni del Comune con le comunità locali di immigrati (es. Protocollo di amicizia con Guayaquil);
- Ricadute economiche: quadro istituzionale di supporto all'internazionalizzazione delle imprese genovesi, in accordo con il ruolo e le competenze della Regione: il Comune può davvero ricoprire un ruolo di punto di riferimento e di facilitatore

per tutti gli attori della società civile, attivando relazioni e, conseguentemente, risorse utili per lo sviluppo del tessuto socio-economico genovese.

Per quanto riguarda il ruolo storico e centrale di Genova nel Mediterraneo, una particolare attenzione è stata dedicata in questi anni dalla Giunta comunale uscente al rafforzamento di queste relazioni, contribuendo attivamente alla realizzazione degli obiettivi del processo di Barcellona e alla costruzione di uno spazio di dialogo diretto tra Enti locali in un'area geografica così importante per gli equilibri politici mondiali

In particolare, si può ricordare il "Sommet des Villes de la Méditerranée", che si svolse a Genova tra il 12 e il 14 ottobre 2000 e che vide la partecipazione di circa 30 Sindaci di città della sponda nord e sud del Mediterraneo; inoltre, il 27 giugno 1998 fu firmata la "Charte d'Alliance" tra i Sindaci di Genova, Marsiglia, Lione e Barcellona, vera e propria alleanza politica finalizzata al rafforzamento della cooperazione nel Mediterraneo, a seguito della quale Genova ha beneficiato di importanti finanziamenti europei nel quadro del Programma Interreg III B Medocc.

Non solo, ma dalla partecipazione attiva al Gruppo Euromed dell'associazione Eurocities, sono sorte altre occasioni di realizzare progetti concreti, quale l'iniziativa pilota "Med'Act – fase 2", coordinata da Genova e conclusasi nel 2005, in partenariato con le città di Marsiglia, Sidi Abdellah (Algeria) e di Amioun (Libano), sul tema dello sviluppo sostenibile e della gestione dei rifiuti solidi urbani nelle città del Sud del Mediterraneo.

A conferma di quanto esposto, infatti, Genova ha ottenuto un ulteriore finanziamento europeo, in qualità di partner del progetto "ARCHIMEDES", focalizzato sul tema della pianificazione strategica, applicato alla rigenerazione urbana e alla promozione dell'immagine (turistica e non solo) delle città: il partenariato, di alto livello, è composto dalle città di Venezia (Capofila del progetto), Bordeaux, Istanbul, Sofia, Oran (Algeria), Beirut e El-Mina (Libano) e il progetto è stato finanziato dalla Commissione Europea nel quadro del programma "MED'PACTE", il cui bando è stato pubblicato nei primi mesi del 2005.

In questa iniziativa, partita nel febbraio 2007 e conclusasi nel 2008, è stata valorizzata e condivisa la grande esperienza maturata da Genova in questi anni attorno a grandi eventi e progetti di rigenerazione urbana (Colombiane, recupero del Waterfront, G8, Capitale Europea della Cultura – 2004), avviando una proficua cooperazione con le città del Sud del Mediterraneo basata sullo scambio di esperienze sui temi della comunicazione, della pianificazione strategica e della formazione specifica di funzionari e quadri delle Amministrazioni locali di queste città.

## 3.4 Genova. Il profilo culturale della città

### Investire in cultura per far crescere la città'

Il sistema della cultura e dei beni culturali è sempre più integrato con i processi di rigenerazione urbana e la promozione della città.

Per quanto riguarda i musei, sono oggi un vero e proprio sistema, legati in modo sempre più stretto alla riqualificazione del territorio, contenitori non soltanto adeguati ai livelli europei ma luoghi che uniscono la tutela e la valorizzazione con la capacità di essere diretti produttori di cultura. Anche i dati negli anni sono stati confortanti raggiungendo i 400.000 visitatori nel 2004, anno in cui Genova è stata Capitale della Cultura, con una crescita del 17% nell'anno successivo il 2005 e un consolidamento di questi dati negli anni successivi che dimostra come il 2004 abbia funzionato da volano - ormai lontani dai numeri del 1999 dimezzati rispetto a quelli del 2004.

E contano rispetto agli obiettivi posti i risultati delle altre istituzioni culturali del teatro dell'Opera Carlo Felice, il risalto europeo del Teatro della Corte, la ricerca e l'innovazione della Tosse e dell'Archivolto, le grandi affluenze dell'Acquario, l'attività del Palazzo della Cultura, Palazzo Ducale e la programmazione di eventi capaci di rapportarsi con il mantenimento se non nella quantità la qualità che ha caratterizzato l'anno di Genova capitale.

Occorre anche sottolineare anche elementi nuovi di grande rilevanza: dalla costituzione dell'Istituto Italiano delle Tecnologie alle sette edizioni del Festival della Scienza a segnare le nuove vocazioni e la nuova immagine della città.

Genova si muove nella scelta di consolidare, pur in un quadro di risorse profondamente critico, l'investimento realizzato a partire dal 1992, la grande opportunità del 2004, sapendo che non potrà essere solo il confronto con i risultati dell'anno europeo la verifica della continuità.

La forte concorrenza fra le aree territoriali fonda la competizione sulla qualità della vita, sulla necessità di diventare sempre più competitive e attrattive: attrattive di flussi turistici ma anche di residenti, di investimenti finanziari, di localizzazioni di aziende.

Negli standard internazionali relativi ai criteri di scelta per l'insediamento di nuove imprese tre indicatori su dieci sono culturali: l'ambiente culturale, il sistema scolastico e universitario, le opportunità del tempo libero.

Per Genova misurarsi su questi indicatori diventa la condizione per verificare la produttività degli investimenti realizzati negli anni precedenti. Con la consapevolezza di convivere con fattori che rendono complessivamente più difficile la sfida:

## Il contesto

Il contesto di recessione dell'economia del Paese, dell'Europa e del mondo, il forte calo dei consumi famigliari e individuali produce effetti immediatamente registrabili nella riduzione delle presenze turistiche, anche se Genova è in controtendenza rispetto al trend negativo della Regione Liguria

## Il calo delle risorse

La progressiva e costante riduzione di risorse pubbliche rivolte non solo alla cultura (0,40 bilancio dello stato) è un dato di fatto. Deve quindi consolidarsi e trovare continuità per quanto riguarda la cultura l'esperienza maturata in questi anni di costruire *una nuova dimensione dello spazio pubblico inteso come corresponsabilizzazione tra soggetti pubblici e privati in una condivisione di strategie e di priorità.*

*Sapendo che l'investire in cultura non serve solo per favorire lo sviluppo economico: insostituibili restano gli obiettivi di tutela e salvaguardia del patrimonio, di trasmissione alle future generazioni, di rafforzamento dell'identità collettiva, di diffusione di saperi e valori : sostegno a una cittadinanza consapevole e alla promozione sociale nell'età della conoscenza.*

C'è una dimensione del fare cultura strettamente connessa al welfare, spesso invisibile e non correlabile al mercato, ma centrale nel definire i parametri della qualità della vita delle città. La cultura di una città si costruisce a partire dall'identità e si intreccia con il vivere civile, la riduzione delle distanze sociali e l'aumento delle opportunità.

## Fare sistema

L'investimento sul territorio passa dunque anche attraverso la cultura ma non solo o solo marginalmente attraverso l'effimero.

Contemporaneamente occorre assumere che con il 2004 si chiude il percorso avviato nel 1992 e si è aperta una nuova fase.

La realizzazione e il recupero dei grandi contenitori culturali deve ora tradursi in una strategia complessa, condivisa e programmata, dal quale non può restare fuori il sistema d'istruzione e formativo, fondata sulla crescita del software.

La qualità richiesta per rapportarsi con la domanda nazionale e internazionale si fonda sulla qualità del sistema non su una sorta di contrapposizione tra gestione ed evento. Il mantenimento e quindi l'investimento in una gestione di qualità diventa nel quadro nazionale e locale delle risorse dato, un obiettivo fondamentale. Dalla produttività delle grandi istituzioni culturali della città passa il legame con la dimensione internazionale, l'aumento della ricchezza sociale e culturale complessiva.

La proposta di nuovi modelli gestionali, di partenariato pubblico-privato, pubblico-pubblico in chiave non solo cittadina ma regionale e interregionale è un nodo fondamentale.

Anche in questo caso si tratta di proseguire l'esperienza di questi anni: avviare l'istituzione dei distretti culturali.

Sono gli stessi termini, per altro confusi della riforma istituzionale, a riproporre con forza un ripensamento generale sulle modalità di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale.

Ci sono *obiettivi* che si possono solo sinteticamente indicare ma debbono essere elemento di un'ampia discussione:

- La **città della conoscenza**. Un più forte legame con l'università, la ricerca, i luoghi della cultura scientifica. I percorsi dell'innovazione, dello scambio internazionale – a partire dal mediterraneo e dall'Europa – non possono non rapportarsi con la qualità e la valorizzazione dell'intero sistema della formazione e dell'istruzione.
- Il ruolo svolto nel risanamento urbano deve ora tradursi nella possibilità di determinare una massa critica capace di imprimere una svolta al modello di sviluppo locale.

- **La città dei giovani.** Percorso d'inclusione e non di distanza. Fermare l'emorragia di conoscenze, favorire percorsi di autoimprenditorialità ma anche spazi per la creatività.
- **La città delle città fuori da una logica dell'antico decentramento culturale** come valorizzazione delle reti territoriali – biblioteche, scuole, salvaguardia di un patrimonio storico - in sintonia con il percorso di istituzione delle municipalità. Una città dove il fare cultura diventa elemento diffuso, capace di valorizzare saperi locali, alternativa ai processi di impoverimento morale e culturale e quindi di solitudine che segnano ampie parti del nostro territorio e disegnano sacche di emarginazione.

## 4. Genova. Gli assi di sviluppo cittadino fino al 2000

### 4.1 Genova. Struttura sociodemografica e trend

Il profilo demografico della città è caratterizzato da un fenomeno di *shrinkage* ovvero da un saldo naturale negativo, un insediamento che privilegia la crescita residenziale nella provincia e un tasso migratorio extra-regionale molto alto. Si tratta di un fenomeno che non può essere considerato tipico della sola realtà genovese ma che interessa le aree metropolitane più rappresentative dell'Europa occidentale e che si intreccia fortemente con i processi di deindustrializzazione.

## Lo scenario

Nel corso dell'ultimo trentennio Genova ha perso il 27,7% dei suoi abitanti; un decremento generato da un saldo naturale negativo cui si è aggiunto, alla fine degli anni '70 un ribilanciamento della popolazione sui comuni delle aree limitrofe.

Questo processo di contrazione demografica ha però comportato un mutamento del profilo dei genovesi. Così se nel 1971 la componente giovanile (under 14) rappresentava il 18,5% della popolazione, nel 2001 arriva solamente al 10,4%.

Contemporaneamente il tasso di natalità scende in maniera estremamente sensibile passando dai 15 nati ogni 1000 del 1965 ai 5,7 nati ogni mille abitanti del 1986. Il trend negativo della natalità si inverte soltanto a partire dagli anni '90, anni in cui la componente straniera della popolazione inizia ad assumere una dimensione significativa. Nei primi anni del terzo millennio la natalità risale ancora fino ad attestarsi al tasso medio di 8 nati ogni mille abitanti.

Il tasso di nuzialità diminuisce con la medesima rapidità; si passa infatti dai 7 matrimoni celebrati annualmente ogni 1000 abitanti negli anni '60 e '70 ai circa 4 che si registrano nel corso degli anni '90 e ai 3 matrimoni ogni migliaio di cittadini residenti degli anni 2000. Un dato che va letto in congiunzione con quello relativo all'instabilità e alla fragilità dei nuclei familiari.

## L'analisi

Le interpretazioni di questo scenario demografico sono molteplici. Di seguito si segnalano le chiavi di lettura più interessanti.

**Una “naturale” tendenza alla bassa natalità.** L'analisi delle serie storiche del saldo naturale e del saldo sociale cittadino permette di rilevare come la “naturale” tendenza alla bassa natalità che caratterizza il profilo demografico cittadino. In questo senso la mancanza di flussi migratori in ingresso capaci di superare quelli in uscita fa venire meno la principale causa d'inversione di tendenza alla caduta della natalità. In altre parole, è solo nei periodi in cui il saldo sociale è marcatamente positivo che si registra un incremento demografico. La stessa ripresa della natalità iniziata negli anni Novanta e che nel corso dell'ultimo decennio si è ulteriormente accentuata è dovuta in larghissima misura alle donne straniere e specialmente a

quelle di origine latino-americana, che pure mediamente vivono condizioni familiari più difficili delle donne italiane.

**Genova anticipatrice dei trend demografici nazionali.** Secondo alcuni osservatori Genova anticipa il trend demografico nazionale in quanto arriva alla crisi del settore industriale senza che nei territori limitrofi si sia sviluppata una industria di medie dimensioni capace di compensare il cambio del modello di sviluppo economico e urbano. Le ripercussioni di questa situazione sono: la rottura delle aspettative di mobilità intergenerazionale e l'innalzamento ulteriore dei già alti livelli di scolarizzazione della popolazione. Questi fattori, associati ad un reddito medio pro-capite significativamente più elevato di quello medio nazionale, producono una diminuzione significativa dei tassi di sviluppo demografico. Una situazione analoga a quanto accaduto a livello nazionale in un arco temporale più lungo.

## 4.2 Genova. Struttura industriale e trend

Genova, nel Novecento, è stata una città eminentemente industriale. Con Milano e con Torino il capoluogo ligure ha costituito la prima roccaforte del processo di industrializzazione italiano.

Dall'Ottocento agli anni Sessanta del secolo scorso si sviluppa, dunque, la progressiva specializzazione industriale della città.

A cavallo tra gli anni Sessanta e gli anni Settanta l'industria manifatturiera genovese è per due terzi metalmeccanica. Dal punto di vista della composizione produttiva Genova risulta essere la città in cui l'industria metalmeccanica ha il maggior peso percentuale. Più di Milano e addirittura più di Torino ove si concentra la produzione FIAT.

Oltre alla metalmeccanica nel tessuto economico genovese spiccano le direzioni dei grandi gruppi impiantistici nazionali e le attività direttamente o indirettamente connesse con la portualità, dalle compagnie di navigazione agli operatori della logistica.

In ragione del modello di specializzazione produttiva Genova inoltre diventa la capitale delle partecipazioni statali. Sono pubbliche le acciaierie, così come le grandi aziende impiantistiche e le imprese che, insieme, aggregano il polo dell'elettronica industriale.

Viceversa a Genova sono quasi inesistenti le aziende manifatturiere di media dimensione.

In questo senso il processo di deindustrializzazione, cominciato alla fine degli anni Sessanta, inizia ad essere visibile solo dalla metà degli anni Settanta quando il settore industriale – con l'eccezione del comparto metalmeccanico – comincia a perdere migliaia di occupati. La sua caratterizzazione è che il processo di terziarizzazione che ne consegue non consente di assorbire le notevoli perdite occupazionali.

Il cambiamento della composizione sociale della città è riscontrabile nelle cifre degli ultimi censimenti. Nel 1971 ogni 100 cittadini residenti 50 sono lavoratori dipendenti inquadriati come operai, 33 impiegati e dirigenti, 15 lavoratori autonomi e 2 imprenditori e liberi professionisti. Dieci anni dopo gli operai rappresentano solo il 44% mentre la quota di impiegati e dirigenti passa al 39%, il lavoro autonomo scende al 13% mentre la quota percentuale di imprenditori e liberi professionisti sale al 4%. Al censimento 1991 la situazione è invece la seguente l'area dei colletti bianchi sale a circa il 40% mentre il peso percentuale dei "blue collar workers" scende al 36%; aumenta inoltre sia l'area del lavoro autonomo (17%), sia l'area rappresentata da imprenditori e liberi professionisti (7%).

Da un altro punto di vista si nota come nel 1971 i genovesi in condizione professionale nell'industria erano 103.680 (38%) mentre vent'anni dopo siano appena 62.144 (25%).

Allo stesso tempo negli anni Ottanta, alla deindustrializzazione si aggiunge la crisi dei traffici marittimi, dovuta alla combinazione di varie ragioni: dalla containerizzazione delle merci, al modello organizzativo del lavoro in banchina, allo sviluppo delle rotte per il nord-Europa.

Da questo processo la città esce trasformata.

Il porto, a seguito di una imponente riorganizzazione che ha comportato un grande ridimensionamento del numero degli occupati, torna a guadagnare posizioni: al contempo la città con alcune grosse operazioni di trasformazione urbana si dota di spazi per la produzione e la fruizione di eventi culturali e l'attrazione turistica e riesce altresì ad entrare nell'immaginario turistico globale grazie ad alcuni eventi socio-culturali di rilevanza mondiale (Expo 1992 – Celebrazione colombiana, G8 2001 e Genova Capitale Europea della Cultura 2004).

La dimensione produttiva ne esce profondamente trasformata. Le aree industriali dismesse in parte sono state ridestinate ad aree commerciali, dedicate soprattutto alla grande distribuzione, mentre in misura relativamente limitata sono state destinate ad uso residenziale. Il futuro di molte di queste aree – per esempio quelle di Cornigliano dove è insediata la Film Commission Genova/Liguria – è però ancora incerto.

E se una nuova vocazione manifatturiera, capace di delineare una nuova identità locale non sembra neanche all'orizzonte gli esiti del processo di terziarizzazione appaiono ancora aperti.

In altre parole, la vocazione della città futura appare ancora tutta da sviluppare.

## 4.3 Genova. Struttura economica e trend

La dinamica economico della città fino al Duemila può essere sintetizzata nei seguenti punti:

- a) **la ripresa dell'economia portuale.** Il porto di Genova ha attraversato fasi alterne e vive ora un momento di grande incertezza ma anche di grandi potenzialità. Ha attraversato la fase del porto emporio (fino agli anni Settanta), quella di funzionalizzazione all'intera area industriale del Nord-Ovest; ha vissuto il declino provocato sia dal ritardo nell'adeguamento alla rivoluzione tecnologica del container, sia dallo spiazzamento derivante alla crescita dei porti del Nord Europa (anni Ottanta) ed ora – sino all'inizio dell'attuale crisi mondiale – stava vivendo una nuova fase di sviluppo dovuta sia alla ripresa delle rotte mediterranee dovuta alla nuova egemonia commerciale cinese, sia al nuovo assetto infrastrutturale del porto di Voltri;
- b) **il distretto dell'alta tecnologia.** Rispetto alla focalizzazione industriale del '900 (siderurgia, cantieristica, impiantistica) il baricentro tecnologico dell'industria genovese si è progressivamente spostato verso l'elettronica industriale e l'automazione di processo e in anni più recenti, verso l'elettronica per telecomunicazioni, l'informatica, il biomedicale, il software, l'information technology e l'Internet. Alla fine degli Anni Novanta, l'attenzione pubblica su questi ambiti produttivi si è concretata in una serie di iniziative che hanno portato alla costituzione di un distretto dell'Elettronica e delle Tecnologie Avanzate che raggruppa oltre 110 aziende di cui oltre l'80% è rappresentato da piccole e medie imprese e denominato "Dixet";
- c) **il riorientamento della città verso la cultura e il turismo.** La ristrutturazione dell'area del Porto Antico rappresenta il segno più evidente del processo di riconversione della città. Un processo che comporta la riappropriazione da parte della città di una zona in precedenza destinata e vincolata alle attività della portualità. La rigenerazione del waterfront delinea così un processo di cambiamento dei luoghi e dell'immaginario urbano che va ben oltre le ricadute dell'economia turistica. In questo senso se da una parte occorre avvisare che il

boom turistico registrato nel corso dell'ultimo quindicennio ha solamente riportato il volume degli arrivi al livello degli anni del boom industriale e che l'impatto occupazionale di questo sviluppo si è rivelato piuttosto scarso, dall'altra non si può non rilevare la dinamica di ristrutturazione e di riqualificazione dell'offerta turistica che ha investito in particolar modo il centro della città. L'aver ospitato eventi di rilevanza mondiale come le celebrazioni colombiane del 1992, il (tragico) G8 del 2001 e l'esser stata Capitale Europea della Cultura 2004 ha dato altresì un posizionamento della città nell'immaginario mondiale;

- d) **distretto culturale diffuso.** Lo sviluppo di un distretto culturale diffuso con epicentro nel centro storico fa parte di una strategia cittadina in grado di mettere in comunicazione i saperi dell'artigianato, con quelli creativi, con quelli relativi al mantenimento ed al rinnovo del patrimonio culturale ed artistico locale.

Le direzioni dello sviluppo economico della città fino al 2000 possono dunque essere individuate in un mix tra il rilancio della sua vocazione di piattaforma logistica euromediterranea e il complemento di nuove occasioni legate, al turismo, alla cultura e al mantenimento del polo high-tech. Una strada imboccata molto tempo fa ma che si presenta ancora lunga e ricca di occasioni a tutt'oggi da cogliere.

## 4.4 Genova. Strutture culturali e tendenze

Il decennio 1990/2000 è stato per la città di Genova è stato il periodo che ha concretizzato il passaggio da Città Industriale a città della Cultura, da Capitale dell'acciaio alle creazioni delle fondamenta per diventare Capitale della Cultura nel 2004.

In questo decennio avvengono le grandi riqualificazioni urbane decisive per il futuro della città:

- l'Area del Porto Antico con progettista l'architetto Renzo Piano, con l'apertura dell'Acquario (1992) e nei primi anni del decennio successivo del Museo del Mare
- la ricostruzione di un grande e prestigioso teatro dell'Opera, il teatro Carlo Felice, distrutto durante la seconda guerra mondiale

- la ristrutturazione di Palazzo Ducale che diventerà il palazzo della Cultura di Genova e che ospiterà mostre di livello internazionale con grande afflusso di visitatori
- la pedonalizzazione di vaste aree sia in Centro che in periferia

Il Restyling ha valorizzato aree e palazzi anche con il concorso di risorse dei privati, una delle ricadute per la città sarà il riconoscimento del sistema dei Palazzi dei Rolli quale Patrimonio dell'Umanità da parte dell'Unesco.

Il sistema museale inizia il suo rinnovamento, rinnovamento ancora in corso.

E' il decennio in cui iniziano le progettazioni sulle aree lasciate dall'industria, in una di queste viene realizzata l'area della Fiumara centro residenziale, commerciale, che ospita strutture per il tempo libero una multisala cinematografica e un palazzo per eventi sportivi e di spettacolo.

Prima l'Expò Internazionale del 1992 e poi l'ospitalità data ad un incontro del G8 sono i 2 momenti che segnano il rinnovamento.

La forte coscienza del proprio rinnovamento Genova lo testimonia con la presentazione a metà degli anni '90 della propria candidatura a Capitale della Cultura per il 2004.

Infine si può affermare che Genova valorizza l'appartenenza ad una Regione dalla forte vocazione turistica diventando essa stessa una meta.

# 5. Status dell'industria creativa.

## Il settore privato

### 5.1. La definizione di industria creativa

Una delle più diffuse definizioni è stata data dal Dipartimento della Cultura, Media e Sport del Regno Unito che ha definito le Industrie Creative come "quelle attività che hanno la loro origine nella creatività, abilità e talento individuali e sono in grado di produrre ricchezza attraverso lo sviluppo e lo sfruttamento della proprietà intellettuale" (Mappatura delle Industrie Creative 1998).

Questo implica che alcuni settori che fanno parte delle Industrie Creative e che possono essere collegati a gruppi statistici hanno trovato collocazione nelle statistiche NACE dell'UE (vedi sotto la tavola supplementare).

Noi proponiamo di accordarci sui settori comuni (vedi "fissati" "comuni" "sottosettori") che esistono in ogni città e che ogni partner del progetto prenderebbe in considerazione per proporre analisi statistiche al fine di costruire un terreno comune e condiviso sulla situazione delle industrie creative.

Noi siamo convinti e accettiamo che esistano industrie culturali e creative connesse a settori diversi in ogni città e vi chiediamo di individuare le competenze individuali per i così detti settori flessibili.

A questi settori flessibili possono essere connesse specifiche competenze e profili in ogni città o regione.

Il loro stato indicato come "flessibile" indica che ogni città partner aggiunge settori individualmente scelti secondo il profilo individuale.

## 5.2. Status dell'industria creativa

Lo status dell'industria creativa a Genova è desumibile dai dati Unioncamere attraverso i quali è possibile ricavare la consistenza delle imprese nei diversi comparti che compongono l'aggregato oggetto di indagine.

Al fine di una corretta lettura dei dati è però necessario avvisare che i dati occupazionali hanno una solamente una valenza indicativa in quanto il processo di costruzione del dato in questione non comporta aggiornamenti continui.

Occorre inoltre mettere in evidenza che, per l'Italia, i dati relativi al contributo di questo aggregato al Prodotto Interno Lordo non sono scomponibili a livello di NUTS 3.

Il profilo dell'industria creativa a Genova e provincia si definisce come segue:

1. l'industria creativa nel Comune di Genova rappresenta il 5,7% delle imprese e, indicativamente, il 5,4% degli addetti;
2. dal 2001 le industrie creative sono cresciute di 0,7 punti percentuali;
3. minore invece l'assorbimento di addetti (+0,4%);
4. in termini assoluti questa dinamica ha comportato un aumento del numero delle imprese di 464 unità sul fronte del mercato del lavoro invece non si registrano sostanziali cambiamenti;
5. i settori più forti a livello cittadino sono i seguenti:
6. se si prende in considerazione il livello provinciale il peso percentuale dell'industria creativa appare più modesto. Le industrie creative rappresentano il 4,4 del tessuto economico provinciale. Tra il 2001 e il 2007 l'incremento è pari 0,4 punti percentuali. E lo stesso vale per il contributo occupazionale;
7. le industrie creative si concentrano in particolar modo nel capoluogo e, dal 2001 al 2007 il peso percentuale dell'industria creativa collocata nell'ambito dei confini urbani è cresciuto di 1,8 punti percentuali;

**Tabella 1 – Industrie creative nel Comune di Genova (imprese e addetti)**

	imprese '01	imprese '03	imprese '05	imprese '07	addetti '01	addetti '03	addetti '05	addetti '07
Industria creativa	2.256	2.465	2681	2720	4.900	4.687	5061	4932
Totale imprese	44.799	45.541	46.875	47.374	98.115	85.661	99.667	91.243
Incidenza industria creativa nel Comune di Genova	5,0	5,4	5,7	5,7	5,0	5,5	5,1	5,4

**Tabella 2 – Industrie creative in Provincia di Genova (imprese e addetti)**

	imprese '01	imprese '03	imprese '05	imprese '07	addetti '01	addetti '03	addetti '05	addetti '07
Industria creativa	2.974	3.239	3460	3502	5.725	5.457	5802	5690
Totale imprese	66.920	67.725	69.217	69.855	135.062	119.125	135.338	124.022
Incidenza industria creativa nel Comune di Genova	<b>4,4</b>	<b>4,8</b>	<b>5,0</b>	<b>5,0</b>	<b>4,2</b>	<b>4,6</b>	<b>4,3</b>	<b>4,6</b>

**Tabella 3 – Incidenza dell'industria creativa localizzata nel Comune di Genova sul totale provinciale (imprese e addetti)**

	imprese '01	imprese '03	imprese '05	imprese '07	addetti '01	addetti '03	addetti '05	addetti '07
Industria creativa	75,9	76,1	77,5	77,7	85,6	85,9	87,2	86,7
Totale imprese	66,9	67,2	67,7	67,8	72,6	71,9	73,6	73,6
Scarto	8,9	8,9	9,8	9,9	12,9	14,0	13,6	13,1

**Tabella 4 - Comune di Genova – Consistenza dell'industria creativa (imprese e addetti; anni: 2001, 2003, 2005, 2007)**

	imprese '01	imprese '03	imprese '05	imprese '07	addetti '01	addetti '03	addetti '05	addetti '07
ATTIVITÀ CREATIVE, ARTISTICHE E DI INTRATTENIMENTO	151	171	263	266	425	453	513	543
ATTIVITÀ DI PRODUZIONE, POST-PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA, DI VIDEO E DI PROGRAMMI TELEVISIVI, REGISTRAZIONI MUSICALI E SONORE	67	75	87	90	67	75	87	90
ATTIVITÀ DI PROGRAMMAZIONE E TRASMISSIONE	15	13	22	22	39	33	87	84
EDIZIONI DI LIBRI, PERIODICI E ALTRE ATTIVITA' EDITORIALI ATTIVITA' DI REGISTRAZIONE SONORA E DI EDITORIA MUSICALE	110	120	130	132	429	429	502	480
EDIZIONE DI SOFTWARE	316	347	430	433	1.027	959	1047	972
ATTIVITÀ DI BIBLIOTECHE, ARCHIVI, MUSEI ED ALTRE ATTIVITÀ CULTURALI	17	14	12	2	228	208	111	36
ATTIVITÀ RICREATIVE E DI DIVERTIMENTO	65	76	65	69	129	128	117	110
COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI CULTURALI E RICREATIVI IN ESERCIZI SPECIALIZZATI	895	880	830	821	965	902	846	906
ATTIVITÀ DEGLI STUDI DI ARCHITETTURA, INGEGNERIA ED ALTRI STUDI TECNICI	307	358	431	456	1.173	1.080	1288	1276
ATTIVITÀ DI DESIGN SPECIALIZZATE	65	123	95	85	95	123	117	86
PUBBLICITÀ	233	275	310	329	300	275	310	329
PRODUZIONE DI SOFTWARE, CONSULENZA INFORMATICA E ATTIVITÀ CONNESSE	15	13	6	15	23	22	36	20
<b>TOTALE INDUSTRIE CREATIVE</b>	2.256	2.465	2681	2720	4.900	4.687	5061	4932
<b>TOTALE IMPRESE</b>	<b>44.799</b>	<b>45.541</b>	<b>46.875</b>	<b>47.374</b>	<b>98.115</b>	<b>85.661</b>	<b>99.667</b>	<b>91.243</b>

Fonte: Infocamere

**Tabella 5 - Provincia di Genova – Consistenza dell'industria creativa (imprese e addetti; anni: 2001, 2003, 2005, 2007)**

	imprese '01	imprese '03	imprese '05	imprese '07	addetti '01	addetti '03	addetti '05	addetti '07
ATTIVITÀ CREATIVE, ARTISTICHE E DI INTRATTENIMENTO	213	228	337	345	493	510	563	592
ATTIVITÀ DI PRODUZIONE, POST-PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA, DI VIDEO E DI PROGRAMMI TELEVISIVI, REGISTRAZIONI MUSICALI E SONORE	88	96	117	118	94	96	117	118
ATTIVITÀ DI PROGRAMMAZIONE E TRASMISSIONE	25	20	31	32	57	38	117	114
EDIZIONI DI LIBRI, PERIODICI E ALTRE ATTIVITA' EDITORIALI ATTIVITA' DI REGISTRAZIONE SONORA E DI EDITORIA MUSICALE	132	143	158	160	472	461	522	498
EDIZIONE DI SOFTWARE	377	413	507	504	1.077	991	1091	1009
ATTIVITÀ DI BIBLIOTECHE, ARCHIVI, MUSEI ED ALTRE ATTIVITÀ CULTURALI	24	21	20	3	239	215	120	36
ATTIVITÀ RICREATIVE E DI DIVERTIMENTO	159	179	168	166	243	247	238	226
COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI CULTURALI E RICREATIVI IN ESERCIZI SPECIALIZZATI	1.229	1.209	1136	1126	1.347	1.245	1152	1238
ATTIVITÀ DEGLI STUDI DI ARCHITETTURA, INGEGNERIA ED ALTRI STUDI TECNICI	354	417	499	532	1.214	1.133	1352	1337
ATTIVITÀ DI DESIGN SPECIALIZZATE	76	169	117	114	108	169	124	114
PUBBLICITÀ	279	330	364	387	357	330	368	387
PRODUZIONE DI SOFTWARE, CONSULENZA INFORMATICA E ATTIVITÀ CONNESSE	18	14	6	15	24	22	38	21
<b>TOTALE INDUSTRIE CREATIVE</b>	<b>2.974</b>	<b>3.239</b>	<b>3460</b>	<b>3502</b>	<b>5.725</b>	<b>5.457</b>	<b>5802</b>	<b>5690</b>
<b>TOTALE IMPRESE</b>	<b>66.920</b>	<b>67.725</b>	<b>69.217</b>	<b>69.855</b>	<b>135.062</b>	<b>119.125</b>	<b>135.338</b>	<b>124.022</b>

Fonte: Infocamere

**Tabella 6 – Comune di Genova. Industria creativa (variazioni percentuali)**

	imprese			addetti		
	var. % 2001-03	var.% 2003-05	var.% 2005-07	var. % 2001-03	var.% 2003-05	var.% 2005-07
ATTIVITÀ CREATIVE, ARTISTICHE E DI INTRATTENIMENTO	13,2	53,8	1,1	6,6	13,2	5,8
ATTIVITÀ DI PRODUZIONE, POST-PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA, DI VIDEO E DI PROGRAMMI TELEVISIVI, REGISTRAZIONI MUSICALI E SONORE	11,9	16,0	3,4	11,9	16,0	3,4
ATTIVITÀ DI PROGRAMMAZIONE E TRASMISSIONE	-13,3	69,2	0,0	-15,4	163,6	-3,4
EDIZIONI DI LIBRI, PERIODICI E ALTRE ATTIVITA' EDITORIALI ATTIVITA' DI REGISTRAZIONE SONORA E DI EDITORIA MUSICALE	9,1	8,3	1,5	0,0	17,0	-4,4
EDIZIONE DI SOFTWARE	9,8	23,9	0,7	-6,6	9,2	-7,2
ATTIVITÀ DI BIBLIOTECHE, ARCHIVI, MUSEI ED ALTRE ATTIVITÀ CULTURALI	-17,6	-14,3	-83,3	-8,8	-46,6	-67,6
ATTIVITÀ RICREATIVE E DI DIVERTIMENTO	16,9	-14,5	6,2	-0,8	-8,6	-6,0
COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI CULTURALI E RICREATIVI IN ESERCIZI SPECIALIZZATI	-1,7	-5,7	-1,1	-6,5	-6,2	7,1
ATTIVITÀ DEGLI STUDI DI ARCHITETTURA, INGEGNERIA ED ALTRI STUDI TECNICI	16,6	20,4	5,8	-7,9	19,3	-0,9
ATTIVITÀ DI DESIGN SPECIALIZZATE	89,2	-22,8	-10,5	29,5	-4,9	-26,5
PUBBLICITÀ	18,0	12,7	6,1	-8,3	12,7	6,1
PRODUZIONE DI SOFTWARE, CONSULENZA INFORMATICA E ATTIVITÀ CONNESSE	-13,3	-53,8	150,0	-4,3	63,6	-44,4
<b>TOTALE INDUSTRIE CREATIVE</b>	<b>9,3</b>	<b>8,8</b>	<b>1,5</b>	<b>-4,3</b>	<b>8,0</b>	<b>-2,5</b>
<b>TOTALE IMPRESE</b>	<b>1,7</b>	<b>2,9</b>	<b>1,1</b>	<b>-12,7</b>	<b>16,4</b>	<b>-8,5</b>

Fonte: Infocamere

**Tabella 7 – Provincia di Genova. Industria creativa (variazioni percentuali)**

	imprese			addetti		
	var. % 2001-03	var.% 2003-05	var.% 2005-07	var. % 2001-03	var.% 2003-05	var.% 2005-07
ATTIVITÀ CREATIVE, ARTISTICHE E DI INTRATTENIMENTO	7,0	47,8	2,4	3,4	10,4	5,2
ATTIVITÀ DI PRODUZIONE, POST-PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA, DI VIDEO E DI PROGRAMMI TELEVISIVI, REGISTRAZIONI MUSICALI E SONORE	9,1	21,9	0,9	2,1	21,9	0,9
ATTIVITÀ DI PROGRAMMAZIONE E TRASMISSIONE	-20,0	55,0	3,2	-33,3	207,9	-2,6
EDIZIONI DI LIBRI, PERIODICI E ALTRE ATTIVITA' EDITORIALI ATTIVITA' DI REGISTRAZIONE SONORA E DI EDITORIA MUSICALE	8,3	10,5	1,3	-2,3	13,2	-4,6
EDIZIONE DI SOFTWARE	9,5	22,8	-0,6	-8,0	10,1	-7,5
ATTIVITÀ DI BIBLIOTECHE, ARCHIVI, MUSEI ED ALTRE ATTIVITÀ CULTURALI	-12,5	-4,8	-85,0	-10,0	-44,2	-70,0
ATTIVITÀ RICREATIVE E DI DIVERTIMENTO	12,6	-6,1	-1,2	1,6	-3,6	-5,0
COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI CULTURALI E RICREATIVI IN ESERCIZI SPECIALIZZATI	-1,6	-6,0	-0,9	-7,6	-7,5	7,5
ATTIVITÀ DEGLI STUDI DI ARCHITETTURA, INGEGNERIA ED ALTRI STUDI TECNICI	17,8	19,7	6,6	-6,7	19,3	-1,1
ATTIVITÀ DI DESIGN SPECIALIZZATE	122,4	-30,8	-2,6	56,5	-26,6	-8,1
PUBBLICITÀ	18,3	10,3	6,3	-7,6	11,5	5,2
PRODUZIONE DI SOFTWARE, CONSULENZA INFORMATICA E ATTIVITÀ CONNESSE	-22,2	-57,1	150,0	-8,3	72,7	-44,7
<b>TOTALE INDUSTRIE CREATIVE</b>	<b>8,9</b>	<b>6,8</b>	<b>1,2</b>	<b>-4,7</b>	<b>6,3</b>	<b>-1,9</b>
<b>TOTALE IMPRESE</b>	<b>1,2</b>	<b>2,2</b>	<b>0,9</b>	<b>-11,8</b>	<b>13,6</b>	<b>-8,4</b>

Fonte: Infocamere

## 5.3. Status dei settori dell'industria creativa

### 1. Commercio al dettaglio di articoli culturali

L'analisi qualitativa condotta sul settore del commercio di articoli culturali ha preso in considerazione in particolare il settore librerie e quello delle gallerie d'arte.

Il settore del **libro** a Genova risulta fortemente interessato dall'apertura del megastore Feltrinelli che ha cambiato la situazione locale a seguito del quale in alcune piccole librerie si è registrato un calo delle vendite "da impulso". Il megastore ha aperto da meno di un anno ma per poter valutarne appieno gli effetti sul mercato del libro locale occorrerà attendere almeno altri due anni. Oltre a ciò le grandi catene, come Mondadori, Feltrinelli, ecc. (che spesso sono anche editori) promuovono ormai con regolarità grandi promozioni in cui arrivano ad offrire sconti fino al 30% e questo ha portato alla creazione di un effetto di posticipazione degli acquisti. In generale è in corso un processo di diversificazione delle linee di sviluppo commerciale delle librerie medio piccole che tendono a caratterizzare la propria presenza attraverso lo sviluppo di specifiche strategie di visibilizzazione.

Il mercato del libro locale non appare ancora sfiorato dall'emergere del fenomeno dell'editoria elettronica.

Il sistema delle **gallerie d'arte** genovese si sta progressivamente diversificando per qualità e tipo di proposta. In questa diversificazione si può leggere sia un aspetto positivo di ampliamento del target – perché si amplia la platea di chi è interessato all'arte rispetto alle gallerie classiche – sia un elemento che rischia di compromettere il livello di qualità della proposta artistica.

Il punto di debolezza non solo del settore delle gallerie d'arte ma anche dei grandi eventi culturali cittadini è quello dell'arte contemporanea. I linguaggi espressivi contemporanei non trovano occasioni di "uscita" nelle gallerie cittadine ma anche nei musei cittadini. Anche il museo di arte contemporanea di Villa Croce ha un ruolo largamente al di sotto delle aspettative cittadine. Genova, inoltre risulta piuttosto conservatrice anche nel gusto estetico e questo penalizza particolarmente le nuove proposte. La mancanza di spazi a basso costo per i nuovi linguaggi espressivi rischia di penalizzare le tendenze più innovative e interessanti.

Anche la creazione di un grande polo della cultura cittadina (Palazzo Ducale) divenuto contenitore di tutti i principali eventi culturali cittadini pur avendo previsto la realizzazione di spazi a destinazione dei progetti giovanili non si configura tanto come luogo di produzione di cultura quanto come luogo di fruizione.

In generale il settore del commercio di articoli culturali a Genova ha risentito molto meno di altre città della recente crisi. La città, infatti, così come risulta meno sensibile ai boom del mercato, dall'altra si dimostra più capace di assorbire i momenti di crisi.

## 2. Design/architettura

Genova ha una forte tradizione sia nel settore del design che in quello dell'architettura. A Genova hanno lavorato architetti di fama mondiale (come ad esempio Carlo Daneri, Piero Gambacciani, Vittorio Gregotti, Renzo Piano) e nel suo tessuto urbano sono numerosi i segni architettonici di qualità. Genova ha una facoltà di Architettura più importanti del paese. Attualmente il Comune di Genova attraverso l'Urban Lab (laboratorio di urbanistica, che studia le trasformazioni della città progettando secondo i criteri di sviluppo sostenibile e collabora con altri settori dell'amministrazione alla redazione del nuovo Piano Urbanistico Comunale) si avvale inoltre della collaborazione di Renzo Piano, Richard Burdett, Oriol Bohigas, Richard Rogers e Amanda Burden.

Storicamente Genova può essere considerata una delle città dove il design italiano si è sviluppato, particolarmente nel settore industriale grazie a grandi marchi come Piaggio, Ansaldo, Mares e a tutto il settore della nautica. Al confine tra design e arte va registrata anche una grande tradizione di illustratori genovesi. Comunque anche attualmente nel campo del design e dell'architettura c'è un underground piuttosto interessante.

Attualmente il settore del design industriale è stato soggetto al ridimensionamento a seguito della scomparsa o del downsizing dei grandi gruppi industriali presenti a Genova.

Tra le eccellenze genovesi si segnala la Scuola di Design Nautico che, pur essendo localizzata a La Spezia fa capo alla Facoltà di Architettura e che ha una relazione forte con tutto il comparto nautico ligure e toscano. Il problema attuale del rapporto con il mondo della produzione è che Genova si connota per un tessuto di piccole aziende di dimensioni troppo piccole perché il design possa entrare nella campo della produzione. Eppure la dimensione locale del mercato sarebbe fondamentale per far crescere tutti i settori della creatività.

### 3. Produzione video: cinema, televisione, web tv, ecc.

Questo è un campo molto vasto ed estremamente eterogeneo per dimensioni organizzative e formati. Si passa dalle dimensioni industriali delle produzioni cinematografiche alle microproduzioni indipendenti per le web tv passando per la produzione di documentari o cortometraggi per canali satellitari e produzioni "editoriali" (dvd).

La produzione di audiovisivi ha subito un forte aumento connesso essenzialmente all'abbassamento del costo delle tecnologie. Ciò ha infatti consentito a moltissimi autori di produrre, finalmente, le loro opere. E ciò ha portato a una grande diffusione della produzione di audiovisivi. D'altra parte occorre osservare che: a) Genova, pur essendo sempre più scelta come location per la realizzazione di spot e lungometraggi non dispone ancora di un indotto specializzato per cui le produzioni che scelgono Genova in molti casi devono far venire da fuori anche competenze specifiche (es. aiuto-regista, attrezzisti, falegnami di scena, ecc.); b) l'abbassamento del costo delle tecnologie ha prodotto anche l'abbassamento dei budget di produzione; c) la produzione di audiovisivi per il mercato aziendale/istituzionale si è molto ristretta (per il ridimensionamento delle grandi aziende) e chi lavora in questo campo spesso dipende da agenzie pubblicitarie di fuori Genova (Milano).

Genova produce tantissime competenze ma non riesce a strutturare un settore audiovisivo vero e proprio. Anche se c'è qualche esperienza di livello nazionale non c'è un vero e proprio settore dell'audiovisivo. E questo risulta, perlomeno in parte, dovuto anche al fatto che non c'è un investimento, non c'è attenzione ai progetti innovativi. C'è una specie di "conservatorismo" culturale in forza del quale si producono solo cose che hanno avuto già successo altrove. Inoltre non ci sono scuole vere e proprie. La maggior parte delle persone che lavorano in questo campo o hanno imparato da autodidatti, o vengono dal mondo delle tv private o hanno fatto corsi fuori.

Non c'è un investimento pubblico su questo settore. Non ci sono scuole di formazione riconosciute (come a Milano dove il corso delle scuole civiche è uno dei percorsi più interessanti a livello italiano) e mancano anche percorsi formativi specifici per figure dell'indotto. Gli enti locali al massimo danno locali o promozione ma non hanno un ruolo veramente proattivo. L'unica cosa che c'è è una film commission molto attiva nell'attrarre produzioni di spot o film da fuori. Manca invece un orientamento e un'assistenza alla produzione, alla ricerca dei capitali necessari a produrre un'opera, così come una capacità di scouting in grado di selezionare le opere più interessanti.

Genova è anche sede di festival cinematografico (Genova Film Festival) che è nato tredici anni fa e che si è sviluppato molto divenendo un punto di riferimento del settore.

Da più parti si lamenta la mancanza di uno strumento legislativo specifico in grado di mobilitare risorse economiche nella promozione del settore e nella crescita di qualità della produzione audiovisiva locale.

#### 4. Editoria

Il mondo dell'editoria genovese (escluso quello giornalistico) è caratterizzato da un gran numero di editori tradizionali con forte radicamento locale (es. Sagep, De Ferrari, Frilli), qualche editore tradizionale con una forte connotazione sulla saggistica (il Melangolo e CLU) e da un interessante caso di editoria on line.

Il radicamento locale (libri che parlano della città o della regione, della loro storia, o che sr ecc.), o tematico, è una strategia fondamentale per ogni piccolo editore. Infatti, a parte i grandi player dell'editoria nazionale tutti gli altri sono costretti a strategie "di nicchia".

In questo contesto spicca l'esperienza di "Liberodiscrivere" che è stato il primo editore on line italiano; un progetto editoriale fondato sullo scambio, sulla creazione di opportunità e delle relazioni ovvero i fattori chiave del successo di tutte le piattaforme web. Perché Liberodiscrivere è al contempo: a) un'associazione; b) un editore; c) un gruppo di creativi.

Genova non ha un vero e proprio mercato di sbocco per chi vuole scrivere e internet è una risposta per la creatività che non trova riscontri a livello locale.

Anche il mondo dell'editoria web è però difficile. I meccanismi di fruizione della creatività su internet si muovono sul modalità molto ardue per lo sfruttamento economico. E' vero che l'editoria on line abbassa i costi di produzione ma è anche vero che abbassa i ritorni e, duque anche le possibilità di rientro.

A Genova ci sono molti talenti (anche letterari) ma la città risente del fatto che non ci sono grandi gruppi editoriali a livello nazionale nonché del fatto che non ci sono sbocchi "secondari" per la creatività (a Milano uno sbocco "secondario" è rappresentato dal mondo della pubblicità e delle televisioni che assorbono molte professionalità).

#### 5. Computer, software, ICT

La cosiddetta "informatica creativa" a Genova non è molto sviluppata anche se vi sono anche esperienze di livello nazionale, sia nel campo dei videogiochi sia in quello delle animazioni.

Si tratta di un campo di attività dove si richiede la collaborazione di moltissime professionalità diverse (sceneggiatori, disegnatori, character designer, animatori, compositori musicali) e dunque con un potenziale occupazionale elevato che

tuttavia non ha ancora assunto le dimensioni e la visibilità di un vero e proprio settore produttivo. In questo campo ci sono scuole che danno competenze di buon livello come il Liceo Artistico cittadino o la Scuola del Fumetto di Chiavari. Genova produce tantissimi creativi nei campi più diversi ma nonostante questo non riesce a trovare un mercato.

Due sono le “driving forces”: l'espressione artistica – che porta a concepire progetti molto interessanti ma trova pochi riscontri economici - e il mercato che sempre più ricorre ad applicazioni video o inserisce il videogioco nel quadro di percorsi educativi, didattici o turistici. Il rischio principale è che una di queste due forze prevalga sull'altra ovvero che si vada verso un mercato sempre più asfittico ancorché popolato da progetti di grande qualità ma con poco budget o si vada verso un appiattimento diffuso del livello qualitativo generato da uno schiacciamento solo sui bisogni puntuali di clienti (inserimento videoanimazione nel sito, nello spot, ecc.) con la totale spoliatura dei contenuti creativi di questo lavoro.

## 6. Pubblicità

Il mondo della comunicazione è molto cambiato e questo cambiamento ha diversi aspetti; innanzitutto per la frammentazione/polverizzazione (non c'è più l'agenzia di comunicazione al centro dei processi creativi ma, con la diffusione del computer e di tutto quello che questo ha comportato, si è assistito alla proliferazione di ditte individuali e microimprese – soprattutto nell'area grafico-creativa; un fenomeno molto legato alle nuove generazioni che mettono a frutto la loro maggiore familiarità con pc e software) e poi c'è anche la concorrenza creata da altri settori “impropri” come tipografie, negozi che fanno stampe digitali, ecc. che incorporano parte della creatività e dei processi ideativi che prima stavano dentro le agenzie di pubblicità. E poi c'è ancora una terza area della “creatività diffusa”, un esempio sono i fotografi (il modello è Oliviero Toscani) nonché tutte le professionalità legate ai nuovi linguaggi come la produzione video. In questo senso un altro settore che ha balcanizzato il settore pubblicitario è quello legato a internet perché è un mondo dove la comunicazione è molto legata alla parte tecnica e molti di quelli che sono in questo settore hanno imparato da autodidatti quindi qui abbiamo una funzione tecnica che assume un obiettivo creativo. Tutto questo processo ha avuto le seguenti conseguenze sul mondo pubblicitario genovese: a) downsizing (snellimento organico); b) outsourcing di parte dei processi creativi o realizzativi; c) perdita di professionalità; d) rottura delle catene produttive (ognuno fa un po' tutto). La crisi economica che per questo settore non è solo congiunturale ma ha a che fare con il ridimensionamento dei grandi buyer pubblicitari (industria ed enti pubblici) ha comportato una perdita di competenze anche sul lato della domanda. Molte aziende hanno infatti rinunciato al “direttore comunicazione/marketing” per ricondurre tale competenza all'interno delle funzioni della proprietà o del management generale e ciò ha comportato un'impoverimento delle capacità di acquisto di comunicazione.

In generale il mondo della comunicazione è fatto di individualismi, è difficile fare massa critica ma in generale non c'è un atteggiamento favorevole alla creatività e all'innovazione.

L'eccellenza c'è ma spesso è "fuori circuito", ovvero non ha Genova come mercato di sbocco.

## 7. Patrimonio culturale

Genova è una città che è una città che non ha tradito se stessa ma è riuscita a portare avanti una vera e propria rinascita urbanistica. Le tappe fondamentali di questo processo sono state: il 1990 anno dei Mondiali di Calcio in Italia, il 1991 con il Giubileo, il 1992 con le celebrazioni del cinquecentenario della scoperta dell'America e l'Esposizione Internazionale, il 2001 con il G8, il 2004 quando Genova è stata Capitale Europea della Cultura. Poi c'è stato anche il riconoscimento del sistema dei Palazzi dei Rolli (albi delle residenze patrizie) come Patrimonio Mondiale dell'UNESCO. Ognuna di queste tappe è stata un'occasione per ristrutturare e riqualificare un pezzo di città diversa e allo stesso tempo portarla su una vetrina con visibilità internazionale.

Se guardiamo la parte urbanistica Genova è forse una delle città italiane più cambiate nel corso degli anni. Ed è stato un cambiamento in positivo. Genova è riuscita a diventare una città turistica senza diventare una città museo come Firenze o Venezia. Genova è viva, ha un porto che lavora e ha un apparato produttivo che seppure in crisi è ancora vivo. Ed è riuscita a creare un sistema di attrattive molto differenziato. Perché c'è l'acquario (che è una delle principali attrazioni turistiche nazionali) con il suo turismo mordi e fuggi ma ci sono anche le migliaia di persone che vengono per esplorare la città o che prendono parte agli eventi culturali della città venendo anche da fuori regione.

Finora la percezione diffusa di Genova era di una città che produceva eventi scollegati uno dall'altro ma si tratta di una situazione che sta cambiando e sempre di più si ragiona in maniera integrata non solo sui singoli eventi ma anche sulla programmazione.

Complessivamente, oggi, Genova presenta un'offerta culturale equilibrata e la visibilità della città è molto aumentata. La città resta tuttavia un po' debole nel campo dell'arte contemporanea; mancano i luoghi.

## 8. Musica

In campo musicale Genova ha una tradizione fortissima. La scuola dei cantautori genovesi è considerata la più importante a livello italiano. Ancora oggi il livello della creatività in campo musicale a Genova è elevatissimo tuttavia si tratta di una creatività che non trova troppi spazi di espressione. A Genova ci sono scuole di

musica (e anche di danza) con più di 400 allievi e questo è il segno dell'esistenza di un circuito vivacissimo ad esempio di vendita e scambio di strumenti musicali, di sale prova, ecc.

A Genova c'è un pubblico molto competente, preparato e fedele alle produzioni di qualità anche se è un po' restio ad accettare le novità.

La vera carenza della città è la mancanza di luoghi dove esprimersi. Non c'è a Genova un circuito di club, come ad esempio c'è a Milano, che consenta alle realtà genovesi di crearsi un proprio pubblico e di crescere esibendosi. E poi non ci sono gli scout e i produttori che investono su un progetto musicale, che lo scelgono e lo fanno crescere.

La musica poi come molte altre forme di espressioni popolari risente molto del fatto di non essere inclusa nel circuito della cultura "alta". Esiste infatti un grande squilibrio tra i contributi pubblici per il teatro, ad esempio, e quelli per la musica che sono prossimi allo zero.

Internet non può essere la risposta alla domanda di sbocchi per la creatività musicale locale perché in internet ci sono tutti ormai e se è teoricamente vero che chiunque potrebbe essere scoperto attraverso questo mezzo è empiricamente dimostrato che sempre meno riescono in questa impresa.

La promozione di questo ambito passa anche per l'innovazione nelle strategie promozionali e nell'ideazione di eventi "diversi", con un carattere di "continuità" nel corso dell'anno che portino la città ad avere una propria specifica identità.

## **9. "Fine arts", arti visive e dello spettacolo**

E' un mondo estremamente diversificato al suo interno nel quale si ritrovano insieme il livello micro con quello macro. Se si tiene conto che in questo ambito rientra la produzione di manufatti artistici utilizzando forme di arte visiva, arti figurative e forme di arte scenica o arte teatrale, incluse pittura, scultura, musica, danza, teatro, architettura, fotografia e stampa ci si rende conto della difficoltà che si presenta nel considerare questa stessa categoria come un tutto.

Limitandosi ad alcune considerazioni generali si può dire che: a) si tratta di un mondo estremamente atomizzato che intercetta quasi tutta la sfera dell'espressione artistica underground; b) in alcuni casi si tratta di situazioni in cui il ruolo del finanziamento pubblico risulta estremamente importanti (es. teatri stabili; a Genova, oltre al Teatro Stabile di Genova ci sono due dei nove teatri stabili privati riconosciuti dal Fondo Unico per lo Spettacolo) in altri si tratta di esperienze individuali; c) per ciò che concerne la parte più sommersa e "liquida" di questo aggregato si può dire che esiste un "sottobosco" di grande talento che non trova però né gli spazi né le occasioni per esprimersi e per raggiungere una visibilità maggiore. In questo senso

va segnalata come positiva eccezione l'esperienza del Festival Internazionale della Poesia.

## Definizione dei settori connessi

I riferimenti presi in considerazione per la definizione degli altri settori dell'industria creativa sono: il "Libro Bianco sulla creatività" di Walter Santagata (2009) nonché il paper del CIDEL dell'Istituto Tagliacarne "Le attività economiche collegate alla valorizzazione del patrimonio culturale" (2007).

In particolare:

- Santagata favorisce una riflessione sull'indissolubilità della definizione dal contesto sociale di riferimento arrivando a proporre una definizione italiana di industria creativa. Si tratta di una osservazione importante perché mette in rilievo il ruolo dei fattori locali nel processo creativo e, al contempo, consente di illuminare campi che, se pure trascurati dalle definizioni di altri paesi o internazionali, rappresentano il punto di incontro tra saperi antichi e capacità di innovazione. Così, non è un caso che l'autore inserisca tra i settori dell'industria creativa il settore delle produzioni enogastronomiche;
- il lavoro del CIDEL dell'Istituto Tagliacarne ha invece il merito di dare sistematicità alle classificazioni, tracciando una ricognizione assai accurata dei settori di attività connessi alla valorizzazione del patrimonio culturale. Il campo, in questo caso, è decisamente più ampio di quello dell'industria creativa ma, anche in considerazione del fatto che tale lavoro è stato svolto sui codici ATECO (2002) a cinque cifre, proprio per questo motivo risulta utile all'identificazione di tutti i settori satellite.

Su queste basi è stato possibile individuare delle aggregazioni di attività connesse all'industria creativa. Tali aggregazioni sono: a) la formazione; b) le attività connesse all'industria dei contenuti, ai media e al turismo culturale; c) l'enogastronomia e le produzioni tipiche (industria del gusto); d) le attività industriali o artigianali connesse.

Aggregazioni	Attività connesse all'industria creativa
Formazione	Istruzione post-secondaria universitaria e non universitaria
	Altra formazione culturale
Attività connesse all'industria dei contenuti, ai media e al turismo culturale	Altri servizi di prenotazione e attività connesse
	Stampa e servizi connessi alla stampa
	Riproduzione di supporti registrati
	Ricerca e sviluppo sperimentale nel campo delle scienze sociali e umanistiche
	Traduzione e interpretariato
	Altre attività dei servizi d'informazione
	Attività fotografiche
Enogastronomia e produzioni tipiche (industria del gusto)	Lavorazione e conservazione di carne e produzione di prodotti a base di carne
	Lavorazione e conservazione di pesce, crostacei e molluschi
	Produzione di altri prodotti alimentari
	Lavorazione e conservazione di frutta e ortaggi
	Produzione di oli e grassi vegetali e animali
	Industria lattiero-casearia
	Industria delle bevande
Att. Industriali o artigianali connesse	Altre industrie tessili
	Confezione di articoli di abbigliamento
	Preparazione e concia del cuoio; fabbricazione di articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria; preparazione e tintura di pellicce
	Fabbricazione di supporti magnetici ed ottici
	Fabbricazione e lavorazione di altro vetro (incluso vetro per usi tecnici), lavorazione di vetro cavo
	Fabbricazione di prodotti in ceramica per usi domestici e ornamentali
	Produzione di metalli preziosi
	Fabbricazione di articoli di coltelleria e posateria
	Costruzione di imbarcazioni da diporto e sportive
	Fabbricazione di gioielleria, bigiotteria e articoli connessi; lavorazione delle pietre preziose
	Fabbricazione di strumenti musicali
	Fabbricazione di giochi e giocattoli
	Riparazione di orologi e gioielli

Di seguito si presentano i dati relativi a tali settori:

Il profilo delle attività connesse all'industria creativa ha le seguenti dimensioni:

- a) il vasto aggregato delle attività connesse alla valorizzazione del patrimonio culturale rappresenta il 6% del tessuto economico locale (Comune di Genova) e un numero di addetti pari al 7,7%;
- b) per quanto concerne il numero di imprese la variazione percentuale 2001-2007 è pari al 24,9% mentre per quanto

riguarda il numero di addetti si registra un +32,3%; in valore assoluto questo significa +569 imprese e +1705 addetti;

- c) in questo senso il maggiore contributo viene dalle attività più strettamente legate all'economia turistica (*"altri servizi di prenotazione e attività connesse"*), dal settore enogastronomico (*"produzione di altri prodotti alimentari"*) e dal settore della nautica (*"costruzione di imbarcazioni da diporto e sportive"*);
- d) in valore assoluto i settori in cui si registra il maggior numero di imprese sono: la *"produzione di altri prodotti alimentari"* (33.8%); gli *"altri servizi di prenotazione e attività connesse"* (19.1%); la *"stampa e servizi connessi alla stampa"* (9.1%) e la *"confezione di articoli di abbigliamento"* (8.8%).

**Tabella 8 – Attività connesse alle industrie creative nel Comune di Genova (imprese e addetti)**

	imprese '01	imprese '03	imprese '05	imprese '07	addetti '01	addetti '03	addetti '05	addetti '07
incidenza attività connesse su tutte le imprese nel comune di genova	5,1	5,1	5,1	6,0	5,4	5,2	5,2	7,7
Totale attività connesse	2.280	2.327	2.407	2.849	5.279	4.487	5.205	6.984
Totale imprese	44.799	45.541	46.875	47.374	98.115	85.661	99.667	91.243

**Tabella 9 – Attività connesse alle industrie creative nella Provincia di Genova (imprese e addetti)**

	imprese '01	imprese '03	imprese '05	imprese '07	addetti '01	addetti '03	addetti '05	addetti '07
Incidenza attività connesse su tutte le imprese nel Comune di Genova	5,0	5,1	5,1	5,8	5,7	5,8	5,7	7,6
Totale attività connesse	3.354	3.421	3.551	4.067	7.694	6.937	7.753	9.433
Totale imprese	66.920	67.725	69.217	69.855	135.062	119.125	135.338	124.022

**Tabella 10 – Incidenza dell'industria creativa localizzata nel Comune di Genova sul totale provinciale (imprese e addetti)**

	imprese '01	imprese '03	imprese '05	imprese '07	addetti '01	addetti '03	addetti '05	addetti '07
Attività connesse all'industria creativa	68,0	68,0	67,8	70,1	68,6	64,7	67,1	74,0
Tutte le imprese	66,9	67,2	67,7	67,8	72,6	71,9	73,6	73,6

Scarto	1,0	0,8	0,1	2,2	-4,0	-7,2	-6,5	0,5
--------	-----	-----	-----	-----	------	------	------	-----

**Tabella 11 - Comune di Genova – Consistenza delle attività connesse all'industria creativa (imprese e addetti; anni: 2001, 2003, 2005, 2007)**

		imprese '01	imprese '03	imprese '05	imprese '07	addetti '01	addetti '03	addetti '05	addetti '07
Formazione	Istruzione post-secondaria universitaria e non universitaria	20	11	23	19	35	29	28	26
	Altra formazione culturale	56	77	108	111	60	81	131	147
Attività connesse all'industria dei contenuti, ai media e al turismo culturale	Altri servizi di prenotazione e attività connesse	138	131	131	543	633	452	528	2686
	Stampa e servizi connessi alla stampa	271	271	269	260	888	713	951	904
	Riproduzione di supporti registrati	3	5	3	2	7	7	4	4
	Ricerca e sviluppo sperimentale nel campo delle scienze sociali e umanistiche	13	12	13	11	13	12	13	11
	Traduzione e interpretariato	0	0	0	0	0	0	0	0
	Altre attività dei servizi d'informazione	7	6	5	4	7	6	5	5
	Attività fotografiche	173	166	155	152	242	228	204	173
Enogastronomia e produzioni tipiche (industria del gusto)	Lavorazione e conservazione di carne e produzione di prodotti a base di carne	13	13	14	10	119	29	58	39
	Lavorazione e conservazione di pesce, crostacei e molluschi	3	5	6	6	4	11	68	68
	Produzione di altri prodotti alimentari	807	862	912	964	2.053	1.831	1956	1792
	Lavorazione e conservazione di frutta e ortaggi	9	8	7	6	13	11	13	19

	Produzione di oli e grassi vegetali e animali	7	7	6	5	7	7	30	28
	Industria lattiero-casearia	50	60	68	77	87	98	75	75
	Industria delle bevande	11	11	10	12	47	44	64	44
Att. industriali o artigianali connesse	Altre industrie tessili	13	15	22	22	13	15	22	22
	Confezione di articoli di abbigliamento	296	282	253	251	470	378	408	389
	Preparazione e concia del cuoio; fabbricazione di articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria; preparazione e tintura di pellicce	42	37	31	25	56	45	48	30
		5	4	4	3	5	4	6	4
		32	29	26	23	32	29	24	23
	Fabbricazione di supporti magnetici ed ottici	3	2	2	0	3	2	2	0
	Fabbricazione e lavorazione di altro vetro (incluso vetro per usi tecnici), lavorazione di vetro cavo	9	9	4	4	36	30	6	6
	Fabbricazione di prodotti in ceramica per usi domestici e ornamentali	23	20	20	17	24	20	20	17
	Produzione di metalli preziosi	0	1	1	1	0	3	3	3
	Fabbricazione di articoli di coltelleria e posateria	0	0	0	0	0	0	0	0
	Costruzione di imbarcazioni da diporto e sportive	44	49	62	84	147	126	221	201
	Fabbricazione di gioielleria, bigiotteria e articoli connessi; lavorazione delle pietre preziose	104	92	86	75	136	115	116	98
		56	67	92	94	56	74	111	100
	Fabbricazione di strumenti musicali	13	13	12	11	14	13	10	3
Fabbricazione di giochi e giocattoli	14	17	18	13	18	19	26	23	

Riparazione di orologi e gioielli	45	45	44	44	54	55	54	44
<b>Totale attività connesse all'industria creativa</b>	<b>2.280</b>	<b>2.327</b>	<b>2.407</b>	<b>2.849</b>	<b>5.279</b>	<b>4.487</b>	<b>5.205</b>	<b>6.984</b>
<b>Totale imprese</b>	<b>44.799</b>	<b>45.541</b>	<b>46.875</b>	<b>47.374</b>	<b>98.115</b>	<b>85.661</b>	<b>99.667</b>	<b>91.243</b>

**Tabella 12 – Provincia di Genova di Genova – Consistenza delle attività connesse all'industria creativa (imprese e addetti; anni: 2001, 2003, 2005, 2007)**

		imprese '01	imprese '03	imprese '05	imprese '07	addetti '01	addetti '03	addetti '05	addetti '07
<b>Formazione</b>	Istruzione post-secondaria universitaria e non universitaria	22	23	24	20	35	29	29	26
	Altra formazione culturale	67	90	131	139	67	91	147	163
<b>Attività connesse all'industria dei contenuti, ai media e al turismo culturale</b>	Altri servizi di prenotazione e attività connesse	185	186	189	629	709	528	613	2865
	Stampa e servizi connessi alla stampa	345	345	346	337	1.054	876	1180	1113
	Riproduzione di supporti registrati	5	5	3	3	10	7	4	5
	Ricerca e sviluppo sperimentale nel campo delle scienze sociali e umanistiche	14	14	15	13	14	14	15	13
	Traduzione e interpretariato	0	0	0	0	0	0	0	0
	Altre attività dei servizi d'informazione	8	7	6	4	8	7	5	5
	Attività fotografiche	232	225	206	206	307	290	259	227
<b>Enogastronomia e produzioni tipiche (industria del gusto)</b>	Lavorazione e conservazione di carne e produzione di prodotti a base di carne	24	24	25	23	145	65	96	77
	Lavorazione e conservazione di pesce, crostacei e molluschi	8	10	11	11	8	20	77	77
	Produzione di altri prodotti alimentari	1.229	1.297	1369	1437	3.318	3.048	3225	2941
	Lavorazione e conservazione di frutta e ortaggi	15	13	11	8	37	34	36	30
	Produzione di oli e grassi vegetali e animali	26	22	23	22	48	46	79	77

	Industria lattiero-casearia	92	107	119	135	151	191	155	155
	Industria delle bevande	25	25	22	23	96	91	93	71
<b>Att. industriali o artigianali connesse</b>	Altre industrie tessili	21	21	28	31	38	33	35	33
	Confezione di articoli di abbigliamento	386	362	327	322	644	534	600	561
	Preparazione e concia del cuoio; fabbricazione di articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria; preparazione e tintura di pellicce	53	48	39	33	65	54	54	36
		6	5	4	3	6	5	6	4
		43	38	35	31	36	38	30	31
	Fabbricazione di supporti magnetici ed ottici	3	2	2	0	3	2	2	2
	Fabbricazione e lavorazione di altro vetro (incluso vetro per usi tecnici), lavorazione di vetro cavo	14	12	6	5	51	41	15	14
	Fabbricazione di prodotti in ceramica per usi domestici e ornamentali	39	36	33	29	33	36	33	29
	Produzione di metalli preziosi	1	1	1	1	0	3	3	3
	Fabbricazione di articoli di coltelleria e posateria	0	0	1	1	0	0	1	1
	Costruzione di imbarcazioni da diporto e sportive	155	182	222	261	350	345	466	439
	Fabbricazione di gioielleria, bigiotteria e articoli connessi; lavorazione delle pietre preziose	157	138	129	117	191	159	154	134
		82	86	129	133	129	211	200	180
	Fabbricazione di strumenti musicali	15	15	14	15	15	15	10	7
Fabbricazione di giochi e giocattoli	25	27	27	22	60	58	68	61	

	Riparazione di orologi e gioielli	57	55	54	53	66	66	63	53
	<b>Totale attività connesse all'industria creativa</b>	<b>3.354</b>	<b>3.421</b>	<b>3.551</b>	<b>4.067</b>	<b>7.694</b>	<b>6.937</b>	<b>7.753</b>	<b>9.433</b>
	<b>Totale imprese</b>	<b>66.920</b>	<b>67.725</b>	<b>69.217</b>	<b>69.855</b>	<b>135.062</b>	<b>119.125</b>	<b>135.338</b>	<b>124.022</b>

**Tabella 13 – Comune di Genova. Attività connesse all'industria creativa (variazioni percentuali)**

		imprese			addetti		
		var. % 2001-03	var.% 2003- 05	var.% 2005-07	var. % 2001-03	var.% 2003-05	var.% 2005-07
Formazione	Istruzione post-secondaria universitaria e non universitaria	-45,0	109,1	- 17,4	-17,1	- 3,4	-7,1
	Altra formazione culturale	37,5	40,3	2,8	35,0	61,7	12,2
Attività connesse all'industria dei contenuti, ai media e al turismo culturale	Altri servizi di prenotazione e attività connesse	- 5,1	-	314,5	- 28,6	16,8	408,7
	Stampa e servizi connessi alla stampa	-	- 0,7	-3,3	-19,7	33,4	-4,9
	Riproduzione di supporti registrati	66,7	-40,0	-33,3	-	-42,9	-
	Ricerca e sviluppo sperimentale nel campo delle scienze sociali e umanistiche	-7,7	8,3	-15,4	-7,7	8,3	-15,4
	Traduzione e interpretariato						
	Altre attività dei servizi d'informazione	-14,3	-16,7	-20,0	-14,3	-16,7	-
	Attività fotografiche	-4,0	-6,6	-1,9	-5,8	-10,5	-15,2
Enogastronomia e produzioni tipiche (industria del gusto)	Lavorazione e conservazione di carne e produzione di prodotti a base di carne	-	7,7	-28,6	-75,6	100,0	-32,8
	Lavorazione e conservazione di pesce, crostacei e molluschi	66,7	20,0	-	175,0	518,2	-
	Produzione di altri prodotti alimentari	6,8	5,8	5,7	- 10,8	6,8	- 8,4
	Lavorazione e conservazione di frutta e ortaggi	- 11,1	-12,5	- 4,3	-15,4	18,2	46,2
	Produzione di oli e grassi vegetali e animali	-	-14,3	- 16,7	-	328,6	- 6,7

Att. industriali o artigianali connesse	Industria lattiero-casearia	20,0	13,3	13,2	12,6	-23,5	-
	Industria delle bevande	-	-9,1	20,0	-6,4	45,5	-31,3
	Altre industrie tessili	15,4	46,7	-	15,4	46,7	-
	Confezione di articoli di abbigliamento	-4,7	-10,3	-0,8	-19,6	7,9	-4,7
	Preparazione e concia del cuoio; fabbricazione di articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria; preparazione e tintura di pellicce	-11,9	-16,2	-19,4	-19,6	6,7	-37,5
		-20,0	-	-25,0	-20,0	50,0	-33,3
		-9,4	-10,3	-11,5	-9,4	-17,2	-4,2
	Fabbricazione di supporti magnetici ed ottici	-33,3	-	-100,0	-33,3	-	-100,0
	Fabbricazione e lavorazione di altro vetro (incluso vetro per usi tecnici), lavorazione di vetro cavo	-	-55,6	-	-16,7	-80,0	-
	Fabbricazione di prodotti in ceramica per usi domestici e ornamentali	-13,0	-	-15,0	-16,7	-	-15,0
	Produzione di metalli preziosi		-	-		-	-
	Fabbricazione di articoli di coltelleria e posateria						
	Costruzione di imbarcazioni da diporto e sportive	11,4	26,5	35,5	-14,3	75,4	-9,0
	Fabbricazione di gioielleria, bigiotteria e articoli connessi; lavorazione delle pietre preziose	-11,5	-6,5	-12,8	-15,4	0,9	-15,5
		19,6	37,3	2,2	32,1	50,0	-9,9
	Fabbricazione di strumenti musicali	-	-7,7	-8,3	-7,1	-23,1	-70,0
	Fabbricazione di giochi e giocattoli	21,4	5,9	-27,8	5,6	36,8	-11,5

	Riparazione di orologi e gioielli	-	-2,2	-	1,9	-1,8	-18,5
	<b>Totale attività connesse all'industria creativa</b>	<b>2,1</b>	<b>3,4</b>	<b>18,4</b>	<b>-15,0</b>	<b>16,0</b>	<b>34,2</b>
	<b>Totale imprese</b>	<b>1,7</b>	<b>2,9</b>	<b>1,1</b>	<b>-12,7</b>	<b>16,4</b>	<b>-8,5</b>

Tabella 14 – Provincia di Genova. Attività connesse all'industria creativa (variazioni percentuali)

		Imprese			Addetti		
		var. % 2001-03	var.% 2003-05	var.% 2005-07	var. % 2001-03	var.% 2003-05	var.% 2005-07
Formazione	Istruzione post-secondaria universitaria e non universitaria	2,5	0,5	-27,2	-17,1	-	-10,3
	Altra formazione culturale	31,7	40,2	-7,4	35,8	61,5	10,9
Attività connesse all'industria dei contenuti, ai media e al turismo culturale	Altri servizi di prenotazione e attività connesse	-1,4	-2,1	190,6	-25,5	16,1	367,4
	Stampa e servizi connessi alla stampa	-2,0	-3,4	-15,0	-16,9	34,7	-5,7
	Riproduzione di supporti registrati	-2,0	-42,2	-12,7	-30,0	-42,9	25,0
	Ricerca e sviluppo sperimentale nel campo delle scienze sociali e umanistiche	-2,0	3,2	-24,3	-	7,1	-13,3
	Traduzione e interpretariato	-	-	-	-	-	-
	Altre attività dei servizi d'informazione	-14,2	-17,4	-41,8	-12,5	-28,6	-
	Attività fotografiche	-4,9	-11,8	-12,7	-5,5	-10,7	-12,4
Enogastronomia e produzioni tipiche (industria del gusto)	Lavorazione e conservazione di carne e produzione di prodotti a base di carne	-2,0	0,4	-19,7	-55,2	47,7	-19,8
	Lavorazione e conservazione di pesce, crostacei e molluschi	22,6	6,0	-12,7	150,0	285,0	-
	Produzione di altri prodotti alimentari	3,5	1,7	-8,4	-8,1	5,8	-8,8
	Lavorazione e conservazione di frutta e ortaggi	-15,0	-18,5	-36,5	-8,1	5,9	-16,7
	Produzione di oli e grassi vegetali e animali	-17,0	0,7	-16,5	-4,2	71,7	-2,5
	Industria lattiero-casearia	14,0	7,1	-0,9	26,5	-18,8	-
	Industria delle bevande	-2,0	-15,2	-8,7	-5,2	2,2	-23,7

Att. industriali o artigianali connesse	Altre industrie tessili	-2,0	28,5	-3,3	-13,2	6,1	-5,7
	Confezione di articoli di abbigliamento	-8,1	-13,0	-14,0	-17,1	12,4	-6,5
	Preparazione e concia del cuoio; fabbricazione di articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria; preparazione e tintura di pellicce	-11,2	-21,7	-26,1	-16,9	-	-33,3
		-18,3	-22,9	-34,5	-16,7	20,0	-33,3
		-13,4	-11,3	-22,7	5,6	-21,1	3,3
	Fabbricazione di supporti magnetici ed ottici	-34,6	-3,7	-100,0	-33,3	-	-
	Fabbricazione e lavorazione di altro vetro (incluso vetro per usi tecnici), lavorazione di vetro cavo	-16,0	-51,8	-27,2	-19,6	-63,4	-6,7
	Fabbricazione di prodotti in ceramica per usi domestici e ornamentali	-9,5	-11,7	-23,3	9,1	-8,3	-12,1
	Produzione di metalli preziosi	-2,0	-3,7	-12,7	-	-	-
	Fabbricazione di articoli di coltelleria e posateria						
	Costruzione di imbarcazioni da diporto e sportive	15,1	17,5	2,7	-1,4	35,1	-5,8
	Fabbricazione di gioielleria, bigiotteria e articoli connessi; lavorazione delle pietre preziose	-13,8	-9,9	-20,8	-16,8	-3,1	-13,0
		2,8	44,5	-10,0	63,6	-5,2	-10,0
	Fabbricazione di strumenti musicali	-2,0	-10,1	-6,5	-	-33,3	-30,0
	Fabbricazione di giochi e giocattoli	5,9	-3,7	-28,9	-3,3	17,2	-10,3
Riparazione di orologi e gioielli	-5,4	-5,4	-14,3	-	-4,5	-15,9	
	<b>Totale attività connesse all'industria creativa</b>	-	-	-	<b>-9,8</b>	<b>11,8</b>	<b>21,7</b>
	<b>Totale imprese</b>	<b>1,2</b>	<b>2,2</b>	<b>0,9</b>	<b>-11,8</b>	<b>13,6</b>	<b>-8,4</b>

## 6. Status del settore pubblico

Non esistono strategie di sviluppo esplicitamente mirate alla promozione dell'industria creativa.

Di contro si possono produrre effetti di sostegno sull'ambito dell'industria creativa per lo sviluppo di politiche settoriali o territoriali non specificamente mirate allo sviluppo dell'industria creativa, ad esempio politiche per il sostegno di particolari tipi di impresa artigiana o politiche territoriali per l'insediamento di imprese in specifici contesti locali, che, incidentalmente generano impatti positivi sulle imprese creative o ancora per conseguenza possono di processi di trasformazione settoriale (trasformazioni negli esercizi commerciali a seguito del rinforzo dell'economia turistica; o trasformazioni dell'artigianato in artigianato artistico o introduzione di nuove tecnologie in professioni antiche..ecc.)

Non è dunque possibile procedere ad una quantificazione delle risorse nè a una loro qualificazione per tipo di target.

Viceversa esistono contributi alla cultura "tout-court" che possono essere destinati ad imprese rientranti nella definizione di "impresa creativa"; in particolare si segnala il Fondo Unico dello Spettacolo, che tuttavia negli ultimi tre anni è stato ridotto drasticamente e questa è una delle ragioni della crisi del Teatro dell'Opera di Genova. Altri opportunità di finanziamento possono essere invece legate al ruolo delle Fondazioni private.

# 7. SWOT analysis

## 7.1 Punti di forza

- Genova è una fucina di talenti creativi e particolarmente in campo musicale, nel campo letterario, in quello delle videoproduzioni e in quello del design.
- Nel campo delle produzioni video c'è una Film Commission e c'è un Festival cinematografico
- Nell'architettura/design e in parte in quello della grafica ci sono percorsi di formazione molto qualificati (Università di Genova, Scuola del Fumetto)
- Alcuni settori, come il design, hanno ancora una forte connessione con il tessuto produttivo
- La città è bella e ha fatto grandi investimenti nel patrimonio culturale, nell'urbanistica, nella visibilità della città a livello mondiale
- Identità cittadina equilibrata e ingresso nei circuiti delle città turistiche
- Pubblico delle manifestazioni culturali molto competente e qualificato

## 7.2 Punti di debolezza

- Mancanza di condensatori, ovvero di luoghi capaci di favorire la produzione, l'aggregazione e l'espressione creativa.
- Non ci sono mercati di sbocco per quasi tutti i settori dell'industria creativa. I mercati, così come la maggior parte delle occasioni di impiego sono altrove.
- Atteggiamento diffuso di scarsa attenzione alle sperimentazioni e all'innovazione
- Mancanza di servizi per lo sviluppo professionale dei progetti creativi (es.: scouting, assistenza alla ricerca di produttori, ecc.)

- Attenzione troppo concentrata su alcuni grandi contenitori e poco sulle politiche del territorio (la politica per la creatività è una politica dei luoghi e la creatività è diffusa per definizione)
- Il progressivo calo dei finanziamenti pubblici alla cultura mette a rischio l'esistenza di molti esperienze consolidate
- Necessità di rinforzare la dimensione strategica della programmazione culturale
- Linguaggi artistico-espressivi contemporanei ancora troppo penalizzati
- Mancanza di una normativa regionale specifica

## 7.3 Opportunità

- La crisi può (e deve) stimolare la creatività della proposta artistica
- Lenuove tecnologie, i nuovi linguaggi espositivi, la possibilità di dare una destinazione – e riempire – tanti luoghi e momenti ancora largamente al di sotto delle loro potenzialità
- Il potenziamento delle reti di comunicazione fisica (es. treno ad alta velocità) per riallacciare la città al resto del nord Italia può generare nuove possibilità di attrazione della città

## 7.1 Rischi

- L'accentuarsi della crisi e/o l'ulteriore perdita di posti di lavoro in tutti i comparti economici possono compromettere la capacità della città di pensare strategicamente e quindi anche di sviluppare cultura e industria creativa.

# Fonti bibliografiche

Arvati P., "La crisi della città industriale", in AA.VV., 2010, *Ragazze di fabbrica. Immagini, memorie, documenti. Voci e volti di donne del ponente dal dopoguerra ad oggi*, Comune di Genova

Council of Europe/ERICarts, "Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe, 11th edition", 2010, Bodo C. and Bodo s., *Italy. Country Profile*. Available from World Wide Web: <<http://www.culturalpolicies.net>>

Calza Bini P., Violante A., *Relazione sui risultati della prima fase della ricerca "Shrink Smart. Governance of Shrinkage within European Context (VII Programma Quadro)*, Atti della Conferenza cittadina "Genova dopo il depopolamento: sfide e conquiste tra riqualificazione urbana e nuova socialità", 9 giugno 2010

Città di Genova, *Genova statistica. Annuario statistico 2008*, SISTAN, Comune di Genova, Anno LXXVII,

ISTAT, 2010, *Noi Italia. 100 statistiche per capire il Paese in cui viviamo*

ISTAT, "Indicatori demografici Anno 2009", comunicato stampa, 18.02.2010

ISTAT, "Rilevazione sulle forze lavoro. Media 2009", comunicato stampa, 24.04.2010

CIDEL - Area Studi e Ricerche, "Le attività economiche collegate alla valorizzazione del patrimonio culturale", 2007, paper, Istituto Tagliacarne

Santagata W., 2009, *Libro bianco sulla creatività. Per un modello italiano di sviluppo*, Milano, Egea