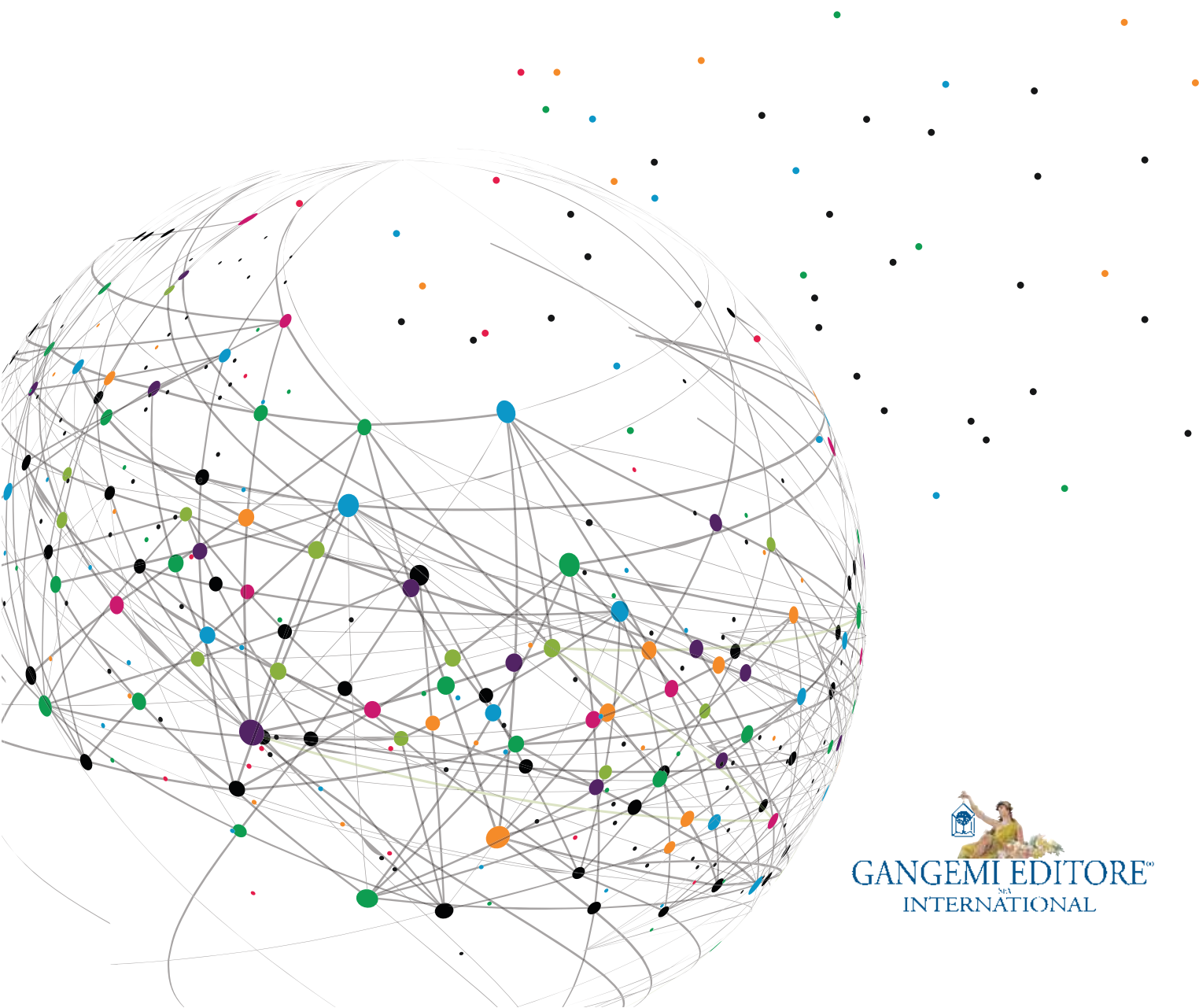


13° RAPPORTO ANNUALE FEDERCULTURE 2017

# IMPRESA CULTURA

gestione ♦ innovazione ♦ sostenibilità



GANGEMI EDITORE<sup>®</sup>  
S.p.A.  
INTERNATIONAL

## SOMMARIO

|   |     |
|---|-----|
| PREFAZIONE<br><i>Dario Franceschini</i>   | 9   |
| INTRODUZIONE<br><i>Andrea Cancellato</i>  | II  |
| <b>PREMESSE</b>   |     |
| CONSIDERAZIONI SPARSE SULL'IMPRESA CULTURALE<br><i>Pierpaolo Forte</i>  | 17  |
| PRODOTTO, IMPRESA, POLITICHE. UN GLOSSARIO PER IL SISTEMA CULTURALE<br><i>Michele Trimarchi</i>                         | 29  |
| QUALCHE APPUNTO IN TEMA DI IMPRESE CULTURALI<br><i>Marco Cammelli</i>   | 45  |
| <b>PARTE 1. VERSO L'IMPRESA CULTURALE. OBIETTIVI, SOGGETTI IN CAMPO, PROSPETTIVE</b>                                    |     |
| LA GESTIONE TRA TUTELA E VALORIZZAZIONE<br><i>Claudio Bocci</i>   | 55  |
| <b>FOCUS</b>  |     |
| IL LAVORO DELLE COMMISSIONI DI FEDERCULTURE PER IL RICONOSCIMENTO<br>DELL'IMPRESA CULTURALE<br><i>Daniela La Marca</i>  | 63  |
| PER UN'IMPREDITORIA QUALIFICATA NELLA GESTIONE DI BENI E SERVIZI CULTURALI<br><i>Pietro Petrarola, Daniela La Marca</i> | 67  |
| COOPERAZIONE E CULTURA: PROPOSTE PER UN NUOVO MODELLO DI SVILUPPO<br><i>Andrea Ferraris</i>                             | 81  |
| CITTADINANZA, SOCIALITÀ ED ECONOMIA DEL FUTURO<br>OLTRE LE MACERIE DEI NOSTRI TERREMOTI<br><i>Claudia Fiaschi</i>       | 87  |
| LO SPETTACOLO, UN SETTORE STRATEGICO CHE HA BISOGNO DI UNITÀ PER ESSERE PIÙ FORTE<br><i>Franco Oss Noser</i>            | 93  |
| IL PARTENARIATO PUBBLICO-PRIVATO NEL CAMPO DEI BENI CULTURALI<br><i>Paolo Carpentieri</i>                               | 99  |
| <b>CULTURAL ACCOUNTABILITY: LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DELL'IMPRESA CULTURALE</b><br><i>Paolo Ricci</i>                  | III |

|   |     |
|---|-----|
| L'IMPRESA DI COMUNITÀ NEI PROCESSI DI INNOVAZIONE CULTURALE<br><i>Paolo Venturi, Flaviano Zandonai</i>  | 119 |
| IMPRESA NON PROFIT E PARTECIPAZIONE CULTURALE, IN ITALIA I CITTADINI<br>PRENDONO PARTE COSÌ<br><i>Francesco Mannino</i>   | 131 |
| LE SOCIETÀ BENEFIT. UNA INTERESSANTE OPPORTUNITÀ ANCHE PER IL MONDO DEL NON PROFIT<br><i>Marco Parini</i>   | 145 |
| LA DISTRUZIONE CREATRICE DEL FARE CULTURA: VERSO NUOVI MODELLI DI SOSTENIBILITÀ<br><i>Francesca Selleri</i>   | 151 |
| IMPRESA CULTURALE: COME NON PERDERSI IN UN LABIRINTO DI SCATOLE<br><i>Fabiana Lanfranconi</i>   | 159 |
| CULTURA AL CENTRO DELL'IDENTITÀ COMPETITIVA DELLE NOSTRE IMPRESE<br>E STRUMENTO DI DIPLOMAZIA ECONOMICA PER IL PAESE<br><i>Renzo Iorio</i>                            | 165 |
| CULTURA & COMUNICAZIONE D'IMPRESA: 10 STORIE DI BUONE PRATICHE, IN ITALIA<br><i>Francesco Moneta</i>  | 171 |
| <b>PARTE 2. I TERRITORI E LE POLITICHE PER LO SVILUPPO</b>  |     |
| IL PATRIMONIO CULTURALE È IL FUTURO DEI TERRITORI COLPITI DAL TERREMOTO<br><i>Giuliano Volpe</i>  | 181 |
| PIANI PAESAGGISTICI E PIANIFICAZIONE TERRITORIALE<br><i>Silvia Viviani</i>  | 187 |
| INNOVARE LA PROGETTAZIONE INTEGRATA. PRIME RIFLESSIONI<br>SULL'AVVISO PUBBLICO MiBACT-ANCI 'PROGETTAZIONE PER LA CULTURA'<br><i>Ludovico Solima, Vincenzo Santoro</i> | 195 |
| PER UN PIANO REGOLATORE DELLA CRESCITA CULTURALE<br><i>Filippo Del Corno</i>  | 205 |
| LE POLITICHE CULTURALI A TORINO: LE NUOVE SFIDE TRA SOSTENIBILITÀ,<br>RIORGANIZZAZIONE E PARTECIPAZIONE<br><i>Francesca Paola Leon</i>                                | 211 |
| PALERMO CITTÀ DI CULTURE, PALERMO CAPITALE ITALIANA DELLA CULTURA 2018<br><i>Leoluca Orlando</i>  | 219 |
| LE CAMERE DI COMMERCIO DOPO LA RIFORMA. LE LINEE DI AZIONE<br><i>Ivan Lo Bello</i>  | 225 |
| MIGRARTI UN APPROCCIO NUOVO AL TEMA INTEGRAZIONE. A PARTIRE DAI GIOVANI<br><i>Paolo Masini</i>  | 229 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>PARTE 3. CITTADINANZA CULTURALE: USER GENERATED CONTENT</b>   |     |
| PARTECIPAZIONE, PRATICA E CONSUMO CULTURALE: UNA LETTURA PER GRUPPI SOCIALI<br><i>Annalisa Cicerchia</i>   | 235 |
| PER UN'ANALISI ECONOMICA DELLA DOMANDA DI BENI CULTURALI<br><i>Marco Gambaro</i>   | 251 |
| PROGETTARE IL COINVOLGIMENTO – IL CASO DI <i>FATHER AND SON</i> PER IL MANN<br><i>Fabio Viola</i>  | 267 |
| TRA POLITICHE E PROGETTO: ASCESA E SFIDE DELL'AUDIENCE DEVELOPMENT<br><i>Alessandro Bollo</i>  | 273 |
| <i>STORYTELLING</i> PER IL MUSEO 4.0<br><i>Cinzia Dal Maso</i>   | 279 |
| NARRARE I TERRITORI: NUOVE COMPETENZE E VISIONI CORAGGIOSE<br>PER L'IMPRESA CULTURALE<br><i>Andrea Pugliese</i>  | 287 |
| <i>COMMUNITY CULTURAL PLANNING</i> E <i>PLACE MAKING</i> : DALLA CO-CREAZIONE<br>ALLA CONDIVISIONE DELL'IDENTITÀ TERRITORIALE CON IL NUOVO VIAGGIATORE<br><i>Emma Taveri</i> | 293 |
| <b>APPENDICE</b>   |     |
| DATI E ANALISI SULLE DINAMICHE DEL SETTORE CULTURA-TURISMO 2015-2016<br><i>Nicla Pace</i>  | 299 |