



Manifesto per la Cultura - Torino 2016.

Idee per il governo della cultura della città e dell'area
metropolitana di Torino.

Si è ormai affermato, nel panorama mondiale, un vero e proprio movimento delle città che fanno delle politiche di innovazione e di sostegno alla cultura una nuova strategia di sviluppo e lo strumento per diventare globali, cioè capaci, attraverso il proprio *soft power* culturale, di attrarre talenti, capitali, investimenti, turisti. Le ricerche svolte sul rapporto città, cultura e creatività dimostrano infatti che esiste una forte relazione tra alcune specifiche qualità e performance delle aree urbane (qualità dell'ambiente architettonico e naturale, vivacità ed interculturalità della vita civile e culturale, connettività tecnologica, accessibilità e rapidità degli spostamenti, ecc.) e la capacità relativa delle stesse di attrarre talenti creativi e generare qualità sociale e valori culturali all'interno delle loro comunità.

Torino oggi rappresenta una città e un contesto che attraversa una fase di interessante e significativa evoluzione. Dopo gli investimenti compiuti in questi anni, la città saprà prendere scelte coraggiose a sostegno della cultura? Sarà pronta ad aprirsi alle nuove domande di consumo, ai nuovi stili di vita, e ai nuovi mercati globali? Sarà preparata a continuare a sperimentare sull'innovazione, sulla capacità di coordinamento e di fare rete, e sulla produzione di nuovi contenuti culturali? Saprà offrire risposte e sostegno alle generazioni che hanno vissuto gli anni della crisi economica? Sarà capace di avviare un grande piano per fare della cultura, delle professioni e delle industrie culturali la prima vera industria della città? In altre parole, sarà capace di un ulteriore salto di qualità per consolidarsi come vera città creativa, un città cioè in cui la cultura diventa fattore determinante di crescita di nuove attività e iniziative capaci di produrre idee, profitto e valore aggiunto nei diversi settori economici della vita cittadina?

Su queste premesse, e traendo ispirazione dalle idee proposte da Walter Santagata nel "Libro Bianco sulla Creatività in Italia" (2007), e nel più recente "Il governo della cultura. Promuovere sviluppo e qualità sociale" (2014), il "Manifesto" propone 10 temi di dibattito per il futuro governo della cultura a Torino:

- i. Il governo e la produzione di cultura
- ii. Accessibilità alla cultura, associazionismo, beni comuni e qualità sociale
- iii. Il budget e le risorse per la cultura
- iv. Paesaggio urbano: le nuove geografie di produzione culturale
- v. Musei
- vi. Arte e nuovi linguaggi contemporanei
- vii. Grandi (e piccoli) eventi
- viii. Attrattività e turismo
- ix. Diplomazia culturale
- x. UNESCO

I temi proposti in questo Manifesto sono frutto del lavoro dei ricercatori del CSS-Ebla e del confronto con personalità e testimoni qualificati della comunità scientifica ed istituzionale a livello cittadino, nazionale ed internazionale. Il Manifesto non vuole essere un documento programmatico, ma proporre alla città un'occasione di riflessione e dibattito politico su diversi ambiti delle politiche culturali che spesso sono stati affrontati in modo frammentario e non pienamente sinergico.

1.

Il governo e la produzione di cultura

Il sistema di interdipendenze che governa il funzionamento della cultura è molto più complesso di quanto possa sembrare ad un'analisi superficiale, e la stessa nozione di produzione culturale sta cambiando oggi sia per quanto riguarda i modi di produrre cultura, sia per quanto riguarda la definizione stessa di prodotto culturale. La definizione di cultura che vogliamo sostenere non comprende solo patrimonio culturale, musei, monumenti, mostre, archivi, siti storici e artistici, ma anche le filiere culturali e creative, che in una città come Torino, città natale di alcuni fra i maggiori simboli del *made in Italy*, sono ampie e articolate. Riconoscere questo approccio porta a prendere in considerazione, accanto alle politiche di conservazione e valorizzazione del patrimonio culturale, le politiche per le industrie della cultura materiale (enogastronomia, artigianato, design e moda) e delle industrie del contenuto (editoria, cinema, teatro, televisione, radio, software, social media).

E' anche grazie a questi fattori che Torino, pur non avendo il patrimonio artistico di città come Roma, Venezia o Firenze, si è andata affermando come città di cultura ed è oggi in grado di competere come meta internazionalmente riconosciuta. Torino può infatti essere considerata un modello di sviluppo fondato sulla cultura grazie soprattutto alle sue filiere creative: il settore del gusto ad esempio è una componente fondamentale sia del sistema economico, per il peso che assume in termini di fatturato, occupazione, indotto, diffusione e radicamento sul territorio, nonché per la presenza forte nell'immaginario culturale della città, legata ad alcuni dei prodotti, brand ed eventi più noti a livello italiano ed internazionale.

Ma perseguire e sviluppare questo modello –così come indicato dalle esperienze più significative in ambito europeo- vuol dire riconoscere la matrice e valenza culturale di questi fenomeni e sapere dove e come investire: sulla creazione di idee, sulla costruzione di centri di produzione culturale, sulla collaborazione tra settori produttivi, tecnologici e culturali, sulla distribuzione e il consumo di cultura. Vuol dire, in altre parole, conoscere e investire nella creazione o nel sostegno ai network che producono cultura: più in una città si sviluppano sistemi creativi, più la sua "atmosfera" raggiunge quella massa critica necessaria per avere un crescita sostenibile e competitiva. Governare la cultura della città richiede quindi anche la conoscenza e la gestione efficace del complesso sistema di relazioni economiche, sociali e istituzionali che regolano il funzionamento del suo sistema produttivo, e una visione completa del ruolo che questo esercita all'interno dell'economia cittadina.

2.

Accessibilità alla cultura, associazionismo, beni comuni e qualità sociale

Garantire ai cittadini possibilità e occasioni di accedere alla cultura, attraverso l'educazione e la professione è nel lungo periodo l'investimento probabilmente più efficace in termini di crescita culturale della città e dei suoi abitanti. Internet e le nuove tecnologie giocano un ruolo fondamentale: pensiamo, in riferimento in particolare al dibattito sulla città "smart", che sia fondamentale proporre politiche e azioni materiali in grado di sostenere una diffusa alfabetizzazione e cultura digitale, come occasione di inclusione e opportunità di sostegno ad iniziative di impresa.

La città possiede inoltre un ricco e radicato tessuto di associazioni operanti in diversi ambiti culturali che giocano un ruolo determinante nel riappropriarsi di luoghi della socializzazione, nel favorire processi di integrazione e di dialogo. Anche grazie all'azione di associazioni e movimenti di stampo culturale e ambientale, è fortemente cresciuta in città la coscienza ecologica, la consapevolezza dell'importanza del decoro urbano, dell'integrazione, della diversità culturale (in città sono presenti oltre 150 etnie), della capacità di costruire reti di collaborazione. Inoltre, il lavoro di queste realtà offre alla cittadinanza input di creatività e identità collettiva. Migliaia di persone, tra cui molti giovani, donne e stranieri, la cui presenza contribuisce ad assicurare la cura dei beni comuni, l'accoglienza dei visitatori, al presidio dei luoghi, alla nascita di iniziative imprenditoriali e start-up private di business sociale, oltre che a fare da stimolo alla pubblica amministrazione.

Spesso, a fronte di un grande capitale umano, etico e sociale, e di conoscenze, queste realtà hanno risorse limitate di carattere organizzativo e gestionale, che ne frenano il potenziale di intraprendenza e la capacità operativa. L'organicità dei rapporti tra associazionismo, volontariato e istituzioni culturali appare come uno dei mezzi più interessanti per la crescita delle risorse culturali nel loro complesso; il grado di coinvolgimento soprattutto dei giovani, è un importante indicatore della vitalità di una comunità e può costituire fattore di mobilitazione di risorse anche per sperimentare nuove formule gestionali del patrimonio comune. Importanti passi sono stati intrapresi in questa direzione ad esempio con l'approvazione del Regolamento per i Beni Comuni. Crediamo che sia necessario estendere una politica capace di sostenere il mondo dell'associazionismo e del volontariato e auspichiamo in particolare che la cultura -pensiamo ad esempio ai teatri e alle biblioteche di ogni quartiere- favorisca l'inclusione sociale, consentendo ai cittadini di realizzare i loro piani di vita, e promuovendo dialogo e cooperazione.

3.

Il budget e le risorse per la cultura

L'attuale contesto di ristrettezze e sofferenze economiche, che pone di fronte ad una generale limitatezza di fondi e finanziamenti, obbliga ad una riflessione importante su quale budget di spesa sia possibile per il governo della cultura cittadina. La necessità e opportunità di attivare collaborazioni con il settore privato nella gestione della cultura ha già dato luogo in città a esperienze di rilievo ad esempio sotto forma di partnership pubblico-private, sponsorizzazioni, *crowdfunding*. Sembra in generale crescere la fiducia accordata dagli investitori privati al settore culturale; la presenza delle due grandi Fondazioni bancarie si è affermata con forza nella realtà sociale e culturale della città e gioca ormai un ruolo primario e fondamentale nel sostegno alle principali iniziative culturali cittadine.

Anche sulla base di questi segnali, crediamo si debba continuare nel lavoro di considerare la cultura non più solo come un settore oggetto di assistenza e sovvenzioni, ma come settore anche economico, capace quindi di generare professioni e forme di reddito diretto e indiretto. Riteniamo quindi necessario lavorare sui modelli di sostentamento economico, pensando anche a proposte di tipo regolativo, che non comportino oneri non sostenibili per il bilancio pubblico: riforme a “costo zero” in grado di razionalizzare, valorizzare e non disperdere tutte le risorse disponibili.

Ad esempio continuando a lavorare nella ricerca di strumenti adatti a sostenere l'autonomia dei musei e delle istituzioni, sul rafforzamento del loro legame con la collettività, e contemporaneamente sulla valorizzazione della responsabilità civica e sulla mobilitazione e coinvolgimento, nei processi decisionali, delle associazioni e dei donatori. Risorse importanti a sostegno delle iniziative culturali, soprattutto di carattere imprenditoriale e produttivo, possono essere individuate attraverso modalità adeguate di restituzione dal turismo, valorizzando il ruolo di utenti e visitatori: non più solo spettatori, ma potenziali produttori e sponsor. Mappare le professioni culturali, che spesso sfuggono ad una reale identificazione, quantificarne il valore aggiunto, e investire sul loro sostegno può costituire un fattore determinante di politica economica e culturale della città.

4.

Paesaggio urbano: le nuove geografie di produzione culturale

Le produzioni culturali e creative possono trainare l'economia urbana, ma solo se accompagnate ed armonizzate da sistemi produttivi e distributivi coordinati. Se, come ci auguriamo, la città intenderà sperimentare e adottare misure importanti di sostegno alla cultura come cardine del rinnovamento, occorre anche compiere una riflessione per individuare i luoghi urbani più adatti a dare forma e massimizzare le ricadute di queste iniziative.

Dal quadro delle operazioni fin qui svolte emergono alcuni ambiti di intervento in cui si rilevano risultati soddisfacenti (Quadrilatero, nuovo campus universitario); altri in cui, invece, permangono criticità (La Cavallerizza) o ne emergono di nuove (Porta Palazzo) e molti altri ancora (San Salvario, Vanchiglia, la Spina Centrale,...) in cui si registra l'avvio di promettenti processi di rinnovamento basati su economie di agglomerazione e sulla loro dimensione sociale, comunitaria, multietnica. Appare doveroso domandarsi quale potrà essere il ruolo dello spazio urbano nella messa in atto di politiche culturali, di nuovi luoghi e *cluster* di produzione, distribuzione e consumo di cultura. Il nodo del rapporto mai risolto della città con il fiume apre notevoli spazi di investimento e opportunità di ritorno economico. Le porte e strade di accesso alla città, la nuova Porta Susa, il futuro delle OGR, di Palazzo del Lavoro, dei grandi contenitori architettonici in disuso, la questione delle dismissioni del patrimonio pubblico, il rapporto economico, oltre che fisico, tra territorio urbanizzato e aree rurali sono temi complessi e in attesa di risposte convincenti.

E ancora, il ruolo delle scuole e delle università, la necessità di aggiornare i programmi di studio, l'identità e vivibilità delle periferie e delle aree di margine, il ricucire il rapporto con la montagna, le valli e le loro dinamiche economiche, l'accessibilità anche digitale alla cultura e ai luoghi della cultura, le sinergie e le infrastrutture di scambio e di rete con Milano, Parigi e le altre capitali e città europee, rappresentano alcuni dei nodi potenziali che possono dare il senso di una grande operazione urbana sulla cultura. Anche qui, investire sull'uso consapevole delle nuove tecnologie, da parte di chi governa la città e di chi la vive, offre la possibilità di comprenderne il DNA, anticiparne le dinamiche, le nuove geografie sociali e produttive, i cambiamenti urbani e le reciproche influenze. Costruire una città "smart" non significa soltanto investire su ICT e circolazione delle informazioni, ma anche sui cittadini affinché possano utilizzare a propria misura questo potenziale, favorendo innovazione, crescita e produzione culturale.

5.

Musei

Torino ospita un ampio e qualificato numero di istituzioni museali: più di 60 musei, tra cui realtà di primo piano a livello non solo nazionale: tra gli altri la Reggia di Venaria, il rinnovato Museo Egizio, il Museo Nazionale del Cinema, il neonato Polo dei musei reali. A questi si aggiungono castelli, residenze, spazi espositivi, pinacoteche e collezioni private nate dalle tradizioni del casato sabaudo, delle università, dall'industria, e dalle più recenti scuole di arte contemporanea.

Realtà che oggi registrano numeri crescenti di visitatori e hanno contribuito a trasformare la città. La Fondazione Torino Musei, anche grazie ad un serrato programma di mostre ed eventi ha raggiunto nel 2015 quota 789mila ingressi, con un aumento del +38%. Monet alla GAM (371 mila visitatori nel 2015, +43%) è stata la mostra più visitata d'Italia. Il Museo Egizio, 7° in Italia per numero di visitatori (quasi 800mila) ha avuto un incremento del +33% rispetto all'anno precedente. Incrementi che hanno riguardato anche gli altri principali musei e attrattori culturali. capaci finalmente di coordinarsi (l'esperienza dell'Abbonamento Torino Musei, che conta 180.000 tessere vendute, è unica in Italia ed è modello di riferimento per altri territori) e proporre un'offerta culturale di altro profilo. Emergono però fattori su cui è opportuna una riflessione strutturale: la parziale frammentazione dell'offerta; la valorizzazione delle collezioni rimaste finora non fruibili; il destino dei contenitori del tutto o parzialmente inutilizzati; il sostegno alle esperienze non pienamente decollate (MAO) o a quelle ancora in pista di lancio (Musei Reali); l'attivazione e il sostegno a quelle filiere di microservizi in grado di creare esternalità e generare impatti e benefici per le economie locali. Tema cruciale è poi il coordinamento della gestione di questo patrimonio a livello metropolitano, e su larga scala. La gestione complessiva del sistema delle residenze sabaude, con tesori dal potenziale enorme (Stupinigi), è ancora in cerca di soluzione: perseguire logiche di rete e distretto è, in tempi di risorse decrescenti, l'approccio probabilmente più sostenibile e credibile.

Si pone inoltre l'opportunità di ragionare su nuovi pubblici e nuovi mercati, e di conseguenza sui processi produttivi, distributivi e organizzativi: questioni che richiedono investimenti sulla ricerca e sviluppo di nuovi prodotti e soluzioni. Merita attenzione l'opportunità di tenere conto anche del cambiamento della composizione sociodemografica cittadina e, quindi, la necessità di comprendere quei linguaggi propri delle nuove generazioni. Infine, riteniamo che si debba investire nei musei anche come centri di propulsione per l'attrazione e la crescita di nuovi artisti, di cui la città ha e avrà bisogno per rinnovare il proprio DNA culturale.

6.

Arte e nuovi linguaggi contemporanei

Le produzioni artistiche contemporanee sono uno dei settori per cui Torino è maggiormente conosciuta in Italia e in Europa. La città ospita ben due musei di arte contemporanea di livello internazionale (GAM e Museo di Rivoli) oltre a numerose fondazioni private di primo piano. Investendo sull'arte contemporanea si sono generati progetti ormai consolidati ad esempio “Luci d'artista”, e valorizzati eventi importanti, tra cui Artissima, oggi tra le maggiori fiere internazionali dedicate al contemporaneo.

Manifestazioni innovative come Paratissima, nata come esperimento nel 2005 e oggi alla sua 11° edizione, o come Operae, festival del design indipendente, dimostrano un crescente interesse della cittadinanza e dei turisti verso forme di produzione e consumo di arte contemporanea a dimensione locale, oltre alla capacità di animare e attirare attenzione verso le aree cittadine che li ospitano. L'arte contemporanea è un settore in cui stanno velocemente emergendo nuovi committenti, nuovi circuiti, contaminazioni, fenomeni, anche in diversi quartieri torinesi, cui vale la pena guardare con grande interesse.

Tra questi vanno considerati con attenzione l'arte pubblica e *street art*, forme d'arte accessibile e democratica, capaci di animare quartieri, migliorare l'immagine dello spazio urbano e generare indotti economici e sociali importanti, attraendo turisti di tipo culturale sempre attenti a questo tipo di eventi. O anche le produzioni artistiche a filiera corta, basate su rapporti di prossimità tra luoghi e gruppi di produzione e di consumo; forme che aprono alla possibilità di reinvestire i profitti nei luoghi di produzione, di riqualificare quartieri, di generare capitale sociale interculturale.

Un investimento sulla identificazione, comprensione e riconnessione dei nuovi linguaggi e forme della cultura contemporanea, ad esempio arti visive e performative, che spesso nascono in maniera indipendente, e autorganizzata, può determinare modi innovativi di vivere le città, valorizzare le diversità culturali, favorire l'emergere o attrarre nuovi talenti, creare opportunità di micro imprenditoria locale e, di conseguenza, di integrazione sociale.

7.

Grandi (e piccoli) eventi

Torino ha, in particolare con le Olimpiadi invernali del 2006, rinnovato una tradizione nella programmazione di eventi di rilevanza internazionale: fiere, celebrazioni, mostre, manifestazioni sportive e culturali che la pongono tra le città più dinamiche nel panorama internazionale e con una importante capacità e *know how* organizzativo.

Manifestazioni, concerti (la città è affermata come terzo polo dei grandi concerti in Italia), festival musicali (Club To Club, Torino Jazz, Kappa Futur e Movement, per citarne alcuni), grandi e piccoli eventi realizzati in città negli ultimi anni (ricordiamo che il 2015 ha beneficiato anche dell'Ostensione della Sindone e di EXPO) hanno avuto la capacità di accelerare e generare rilevanti impatti positivi sull'economia della città, in termini di *place branding*, di marketing territoriale, di miglioramento delle infrastrutture, di riutilizzo di edifici o riqualificazione di aree, di sviluppo del mercato turistico.

Oltre a questo, eventi del calibro di Terra Madre e il Salone del Gusto, o il Salone Internazionale del Libro, valorizzano alcuni dei settori creativi e produttivi più importanti della cultura italiana nel mondo e hanno una valenza strategica e un altissimo potenziale, da gestire, nel lancio e nell'incubazione di nuove energie produttive e iniziative imprenditoriali.

La programmazione di eventi di questo genere necessita una continua allocazione di risorse e investimenti, di una costante pianificazione e aggiornamento dei modelli di sviluppo, della capacità di gestire le eredità nel lungo periodo. Immaginiamo una città capace di lavorare su tutti questi temi, investendo sui giovani e sui diversi comparti della società, in particolare nell'imprenditorialità culturale e creativa. Una città capace di attivare occasioni di conoscenza, di confronto con le economie emergenti, di creare innovazione, partecipazione, mobilitazione e di diventare riferimento artistico, culturale critico e teorico dell'intero Paese.

8.

Attrattività e turismo

Tra 15 anni si stimano nel mondo il doppio di turisti rispetto al 2010. In altri termini, una eccezionale risorsa per le città che sapranno pensare in modo strategico su scala globale e pianificare l'effetto moltiplicatore su altre attività economiche: mediamente, più della metà della spesa del turista culturale ricade infatti in settori diversi da quello dell'accoglienza. Ma quello che conta di più storicamente per lo sviluppo dell'attrattività di una città, è la capacità di innovazione, di valorizzare o realizzare nuovi servizi e modalità di fruizione, lavorando sulla loro integrazione con la rete di imprese cittadine, sulla gestione dei flussi, su ICT e servizi digitali.

Nell'ultimo anno abbiamo assistito a continui record di visitatori nei musei e nei siti di interesse della città, diffusamente percepita ormai come destinazione di arte e di cultura. Un successo di presenze, la classifica Enit pone Torino al quinto posto (con sette milioni di visitatori) tra le attrazioni del paese per il 2015. La città, che ha circa il doppio di gallerie d'arte di Barcellona, dei musei di Milano, o tre volte i teatri di Firenze, è in grado di reggere il confronto anche con capitali culturali e turistiche europee. I dati sono significativi anche in termini di reputazione: anche grazie al lavoro di realtà come Torino Film Commission, che promuove la città come set per l'ambientazione di film e pubblicità, è notevolmente migliorata la percezione della città. Torino è stata nel 2015 tra le dieci principali destinazioni turistiche suggerite da Lonely Planet, al secondo posto tra le città più ospitali d'Italia secondo Wimdu e il New York Times la include tra le 52 attrazioni mondiali da visitare nel 2016.

Si tratta di un target di pubblico nazionale ed internazionale, in gran parte motivato dai grandi attrattori culturali della città (Museo Egizio, Museo del Cinema, Reggia di Venaria), dagli importanti eventi culturali (Saloni Internazionali del Gusto e del Libro) dalla qualità e varietà dell'offerta ricettiva, dalla ristorazione di qualità, dalla buona accessibilità e intermodalità anche rispetto ad altre importanti destinazioni. I media non hanno mancato di celebrare questi risultati, né di sottolinearne anche le contraddizioni. Un altro tema su cui le polemiche non sono mancate, e su cui ci sembra si possa e debba ancora lavorare, è quello dell'intrattenimento, animazione e vivacità della città e dei suoi quartieri e delle aree più attrattive anche per venire incontro ai nuovi trend del turismo culturale sempre più interessato all'interazione con le comunità residenti e a esperienze creative. Infine, la questione dei collegamenti internazionali e dei servizi di mobilità locale, ad esempio con le valli alpine e con la Liguria, rappresentano un potenziale su cui lavorare per integrare l'attrattività turistica complessiva della città.

9.

Diplomazia culturale

Cultura, specializzazione, attività ad altro contenuto creativo sono fattori chiave della competizione sui mercati. Torino è una delle città con il maggior numero di sedi di agenzie delle Nazioni Unite al mondo. La città è anche da tempo promotrice di importanti appuntamenti istituzionali (l'ultimo in ordine di tempo il III Forum mondiale sullo Sviluppo Economico Locale) e attiva su numerosi fronti di cooperazione internazionale. Questo testimonia una vocazione storica, ma anche la presenza di una notevole capacità di relazioni diplomatiche, fattore che in un'epoca di forte globalizzazione, di apertura di nuovi mercati, e di rilevanti e complesse dinamiche internazionali (la coesione europea, l'aggressività dei paesi asiatici, le instabilità del Mediterraneo), risulta determinante per sostenere la competitività della città.

La cultura è oggi un fenomeno mondiale per consumo, produzione e distribuzione: le industrie culturali e creative creano posti di lavoro e redditi. Governare la diplomazia culturale vuol dire aprire possibilità di relazioni con le capitali mondiali della cultura, partnership, scambi di conoscenze e opportunità di business su mercati nuovi o emergenti, ad esempio promuovendo internazionalmente produzioni e servizi prodotti localmente, la mobilità transnazionale delle persone che operano nel settore culturale, il sostegno alla circolazione delle opere e dei prodotti artistici e culturali e al dialogo interculturale.

Tutto questo richiede anche una valida strategia produttiva. Su questo settore ci sembra di poter individuare ampi spazi di lavoro: le istituzioni internazionali di Torino dovrebbero sempre più essere strumento di rafforzamento di reputazione e di visibilità della città e delle sue capacità produttive, di implementazione di circuiti e network commerciali internazionali e intersettoriali, di promozione dell'internazionalizzazione di imprese e istituzioni.

10.

UNESCO

L'investimento progressivo e costante della città sui suoi beni culturali ha portato nel tempo a una “collezione” di riconoscimenti della comunità culturale internazionale, che fanno probabilmente di Torino un unicum a livello europeo e mondiale. Torino è infatti nelle liste dell'UNESCO (l'Agenzia delle Nazioni Unite per la Cultura, l'Educazione e la Scienza) per il sistema delle Residenze Sabaude (Patrimonio Mondiale dell'Umanità), come Città Creativa per il design e, da quest'anno, come Riserva della Biosfera (programma *Man and Biosphere*) per la sostenibilità ambientale. Si aggiungono a questi riconoscimenti altri cinque territori riconosciuti dall'UNESCO in tutto il Piemonte e la città industriale del XX secolo di Ivrea, nell'area metropolitana torinese, che ha già presentato la propria candidatura.

Inoltre, hanno sede a Torino diverse istituzioni che lavorano con e per l'UNESCO; tra queste il campus delle Nazioni Unite di Italia '61 è punto di riferimento mondiale per la formazione di direttori di siti UNESCO, oltre che per altre iniziative riguardanti il patrimonio culturale. Tutto questo, oltre fare della città di Torino un modello cui altre città e regioni nel mondo guardano con interesse, rappresenta un capitale culturale ed economico, di reputazione, di opportunità di sviluppo e di innovazione su cui vale indubbiamente la pena investire per il futuro, a partire dalla valorizzazione delle reti locali e internazionali.

Riteniamo che, attraverso un migliore coordinamento di tutti questi programmi e delle istituzioni che ne hanno la responsabilità, si possano creare effettive condizioni di rafforzamento e valorizzazione complessiva del sistema culturale cittadino, promuovendo Torino a luogo di costruzione di capacità istituzionali e gestionali nel settore culturale e promuovendolo la città ad un effettivo ruolo propulsivo di innovazione e sostenibilità a livello mondiale.

Riteniamo che anche a livello locale questo possa generare importanti benefici, creando occasioni per rafforzare le competenze e capacità professionali dei responsabili della gestione e del governo della cultura e delle industrie creative cittadine.

La politica culturale è politica economica.
Questi i punti che attraverso questo
“Manifesto” ci sentiamo di proporre per
il governo della cultura cittadina per i
prossimi anni: *avremo a Torino un grande
programma per la cultura?*

Il Centro Studi Silvia Santagata (CSS-EBLA), fondato a Torino nel 2008 da Walter Santagata, studioso di Economia della Cultura attivo a livello nazionale e internazionale, e autore del “Libro Bianco sulla Creatività in Italia, il primo rapporto sulla creatività e produzione di cultura italiane” (2007), comprende studiosi, docenti e ricercatori interessati allo studio della storia del pensiero politico ed economico contemporaneo, della economia della cultura, delle istituzioni e della creatività.

Il comitato scientifico del CSS-Ebla, presieduto da Giovanna Segre (Università IUAV di Venezia) è composto da: Francesco Bandarin, ADG UNESCO e Università IUAV di Venezia; Christian Barrere, Université de Reims Champagne-Ardenne; Pierre-Jean Benghozi, Ecole Polytechnique Université Paris Saclay; Lluís Bonet, Universitat de Barcelona; Xavier Greffe, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne; Guido Guerzoni, Università Bocconi Milano; Massimo Marrelli, Università Federico II Napoli; Angelo Miglietta, Università IULM Milano; Andy C. Pratt, City University of London; Pier Luigi Sacco, Università IULM Milano; David Throsby, Macquarie University Sydney; Michele Trimarchi, Università “Magna Graecia” Catanzaro.

Contatti:

www.css-ebla.it

centrostudi@css-ebla.it

fb: CSSEbla

tw: @CSSEBLA
