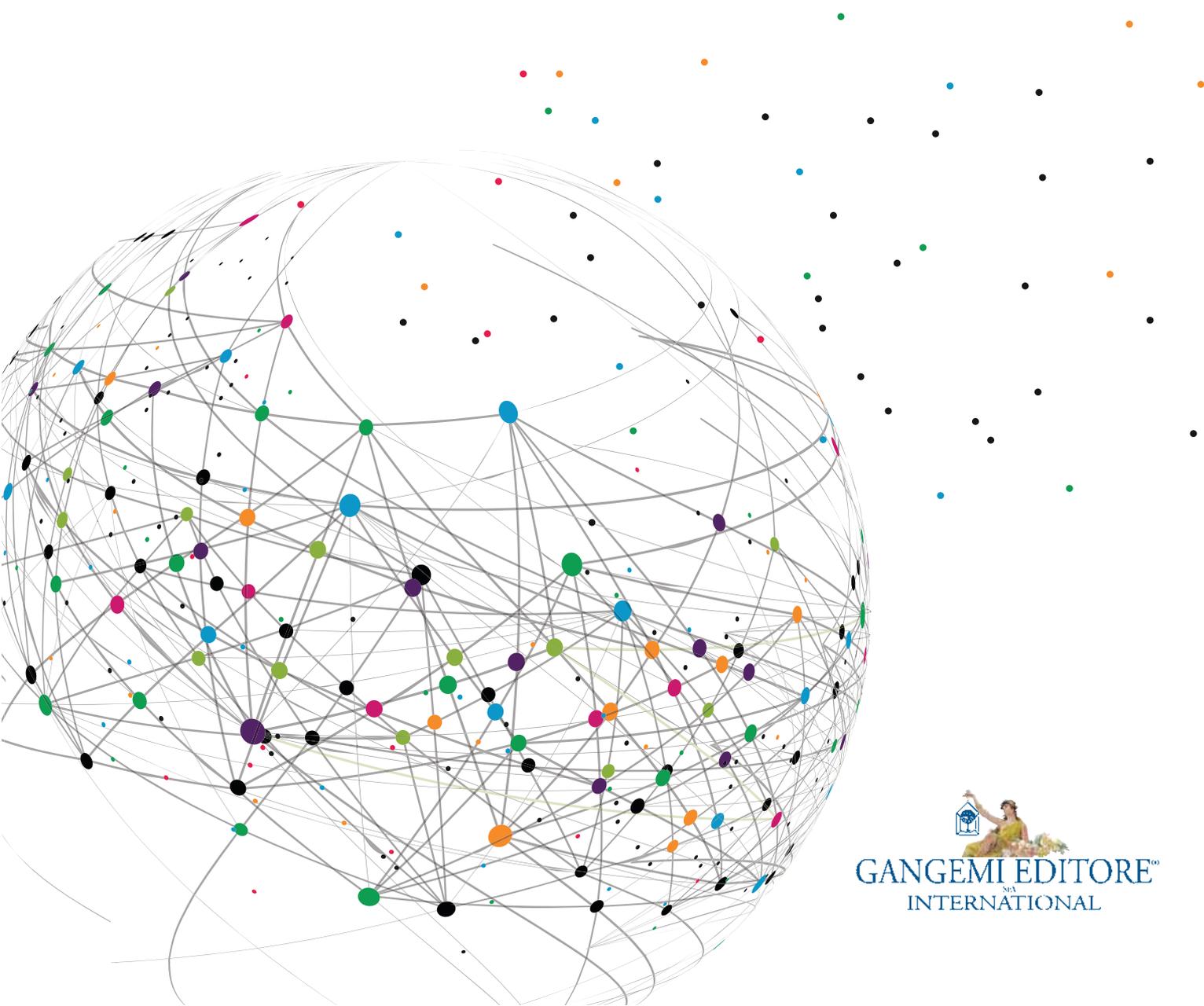


13° RAPPORTO ANNUALE FEDERCULTURE 2017

IMPRESA CULTURA

gestione ♦ innovazione ♦ sostenibilità



GANGEMI EDITORE[®]
S.p.A.
INTERNATIONAL

SOMMARIO

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

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

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